****

**CONSUMIDOR E OS SEUS DIREITOS**  
CONSUMER AND ITS RIGHTS

Ana Cecília Pereira Melo[[1]](#footnote-2) - UNICESP

**RESUMO**

Embora o Código de Defesa do Consumidor tenha completado 28 anos com vigência da Lei nº 8.078/90, que instituiu diversas diretrizes em prol da defesa do consumidor tem muito que se fazer nesse campo. O projeto parte do pressuposto da existência de hipossuficiência técnica do consumidor, parte leiga e mais frágil da relação consumerista. Serão oferecidas palestras de orientação, elaboração de cartilhas e panfletos com informações simples e direcionadas às principais dúvidas e reclamações dos consumidores.

**Palavras-chave:** Consumidor; Direitos; Legislação; Relações consumeristas.

**INTRODUÇÃO**

Embora o Código de Direito do Consumidor tenha completado 28 anos com vigência da Lei nº 8.078/90, que instituiu diversas diretrizes em prol da defesa do consumidor há muito o que se fazer nesse campo. A proteção aos direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos deve se manifestar nas diversas relações de consumo travadas cotidianamente. O consumidor, muitas vezes, tem o seu direito infringido devido falta de conhecimento.

O tema torna-se importante porque todos nós somos consumidores e, na atual sociedade capitalista em que se vive, é importante conhecer os diretos para tentar diminuir possíveis desvantagem nas negociações entre consumidores e empresas.

O Projeto “Consumidor e seus Direitos” visa à indispensabilidade de capacitar a proteção dos consumidores por meio da educação para o consumo devido a vulnerabilidade e hipossuficiência deste. É necessário formar cidadãos aptos a analisar criticamente os diferentes papeis nas relações consumerista, diante os seus direitos e suas responsabilidades.

Devido ao alto número de reclamações no Procon/DF, observa-se a necessidade de conjugar o aprendizado do estudante de direito com a intervenção junto à comunidade, utilizando, ao mesmo tempo, teoria e prática. Acesso à informação é essencial para que o consumidor possa obter êxito em suas reclamações no PROCON/DF. Apenas o acesso a leitura do Código de Defesa do Consumidor não é satisfatório, visto que, o consumidor é hipossuficiente e carece de orientações sobre o direito em casos concretos.

Quando a sociedade tem acesso a casos concretos de situações de desacordo comercial, vê-se diante a um desafio que o impele a solucionar situações reais de e buscar novos conhecimentos. Essas atividades não apenas ajudam no desenvolvimento da cidadania, como fortalece e aprimora a conduta e o senso ético.

**1. CONCEITO DE CONSUMIDOR**

A definição legal do consumidor está inserida no Código de Defesa do Consumidor - CDC, art. 2º que o conceitua como pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final sem reempregá-lo no mercado de consumo como objetivo de lucro, aborda aspectos de vulnerabilidade e a destinação sem cunho econômico do produto ou serviço (MIRAGEM, 2014).

(...) o legislador brasileiro optou por uma concepção objetiva de consumidor, considerando este toda e qualquer pessoa que adquire ou utiliza produto ou serviço. O código é expresso em determinar que também pessoas jurídicas poderão ser consumidoras, se adquirirem o produto ou serviço como destinatárias finais (SILVA NETO, 2013, p.30).

É considerado consumidor quando a aquisição do produto ou do serviço for para a justificativa de uma necessidade pessoal ou familiar do comprador. Desta forma, incide relação de consumo caso as aquisições não estejam efetivadas na disposição de uma atividade empresarial exercida pelo adquiridor, sendo o destinatário final econômico e fático do serviço ou produto. Assim, compreende-se com o dispositivo do CDC que a conceituação de consumidor possui caráter econômico (PFEIFFER, 2015, p. 63).

É inegável que se vive em uma sociedade de consumo, com relações jurídicas como os contratos de adesão, efetivados precedentemente pelos fornecedores, impossibilitando a negociação por parte do consumidor. Este somente opta por aderir ou não o instrumento que é lhe denotado. Em consequência, o consumidor é posto em uma condição de vulnerabilidade, justificada pela a proteção especial que o CDC lhe confirma (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.25).

A doutrina apresenta duas correntes teóricas acercada definição de consumidor *stricto sensu*. Tem-se a corrente finalista, sendo mais restritiva, e a corrente maximalista que amplia a noção do termo consumidor (CAVALIERI FILHO, 2011, p. 25).

A teoria finalista limita a conceituação do termo consumidor para o não profissional, seja pessoa física ou jurídica, conferindo-lhe maior nível de proteção em razão da jurisprudência ser estabelecida sobre casos em que o consumidor era realmente a parte mais fraca da relação de consumo, e não sobre casos em que profissionais-consumidores reclamam mais benesses do que o direito comercial já lhes concede. O destinatário final a que a leise refere é aquele que retira o bem do mercado, dando-lhe uma destinação pessoal, sem qualquer interesse profissional (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.25).

(...) ser destinatário do produto, retirá-lo da cadeia de produção, levá-lo para o escritório ou residência: é necessário ser destinatário econômico do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois bem seria novamente um instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu.Neste caso, não haveria a exigida ‘destinação final’ do produto ou do serviço, ou, como afirma o STJ, haveria consumo intermediário, ainda dentro das cadeias de produção e de distribuição (MARQUES; BENJAMIN, 2009, p. 71).

A teoria maximalista amplia a noção de consumidor, pemitindo a aplicabilidade do termo em todos os agentes do mercado que às vezes podem assumir a parte consumidora ou a parte fornecedora, utilizando de um critério simplesmente objetivo. Nesse âmbito o destinatário final é aquele que retira o produto ou o serviço do mercado e o utiliza e consume. Não é de relevância se a pessoa é física ou jurídica, se terá ou não fim lucrativo. Observa-se, portanto, que para ser caracterizado como consumidor deve ser esgotado o ciclo econômico, o bem não poderá ser renegociado ou reintroduzido no mercado (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.25).

Consideram que a definição do art. 2.° é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço. Destinatário final seria o destinatário fático do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, consome, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para reutilizar e a destrói. Segundo esta teoria maximalista, a pergunta da vulnerabilidade in concreto não seria importante. Defende que, diante de métodos contratuais massificados, como o uso de contratos de adesão, todo e qualquer co-contratante seria considerado vulnerável (MARQUES; BENJAMIN, 2009, p. 71).

**1.1 Proteção Especial do Consumidor**

O Código de defesa do consumidor reconhece a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor, com o objetivo de uma proteção especial ao consumidor. Porém, essas características se distinguem.

A presunção da vulnerabilidade do consumidor é absoluta; é princípio essencial do direito do consumidor e designa o consumidor como a parte fraca na relação jurídica de consumo, estabelecendo-lhe tratamento diferenciado em face fornecedor. Poderá ser vulnerabilidade técnica, vulnerabilidade jurídica, vulnerabilidade fática e internacional. A que tem maior frequência é a vulnerabilidade fática que sintetiza a vulnerabilidade econômica sendo a fraqueza do consumidor em relação ao aspecto econômico (MARQUES, 2011, p. 330).

A vulnerabilidade técnica do consumidor está atrelada à ausência de conhecimentos técnicos específicos na relação de consumo; a vulnerabilidade jurídica decorre da superioridade do fornecedor pelo fato de atuar como litigante habitual, o que implica na existência de um corpo jurídico permanente e especializado; a vulnerabilidade fática está vinculada ao aspecto econômico e, por fim, a vulnerabilidade informativa diz respeito ao “déficit informacional” do consumidor (LEITE, 2016, p. 31).

Neste diapasão, Código de Defesa e Consumidor, art. 4º, inciso I, estabelece que:

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, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995) I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

A premissa de igualdade entre as partes envolvidas é eliminada na vulnerabilidade. É devido a essa desigualdade que o vulnerável é protegido pelo ordenamento jurídico interno com o objetivo de garantir os princípios constitucionais da isonomia e igualdade nas relações jurídicas, minimizando as diferenças.

Apesar disso, alguns consumidores são considerados mais vulneráveis, devido suas características pessoais e denominados como hipossuficiência, por exemplo, o idoso, o deficiente e a criança. Trata-se de um grupo específico de consumidores, que precisa de uma atenção e proteção superior nas relações de consumo (MIRAGEM, 2014).

A presunção de hipossuficiência não é concedida a todo e qualquer consumidor. Devem ser analisadas as circunstâncias no processo, caso a caso, para que seja possível o equilíbrio da relação de consumo na competência da ação judicial (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.29).

A hipossuficiência funciona, como um traço particular dado consumidor, isto é, o art. 6º, inciso VIII, do CDC, que confere assento à hipossuficiência, possui natureza processual, depende que o consumidor diante de sua pretensão deduzida em juízo demonstre que não possui condições financeiras, sociais ou culturais de “fazer a prova necessária à instrução do processo” (THEODORO JÚNIOR, 2017, p.29).

Todo consumidor é vulnerável, mas nem sempre poderá ser considerada sua hipossuficiência, sendo que vai além dos termos *“sem recursos”* ou *“pobreza”,*como é aplicado na Justiça Gratuita no âmbito processual. A definição de hipossuficiência é mais amplo, cada caso deve ser avaliado pelo aplicador dentro de sua necessidade no momento em que reconhece sua desproporção técnica ou informacional diante o caso.

Diante da importância do tema, verifica-se salutar os principais pontos da legislação consumerista:

1. Quem é considerado Consumidor?

É qualquer pessoa que adquire um produto ou serviço, também será considerado consumidor aquele que é vítima de algum produto ou serviço defeituoso.

2. O que é um produto?

É qualquer mercadoria que esteja disponível no comércio. O produto pode ser durável ou não durável. Ele será durável quando se pode usar mais de uma vez, quando não é descartável. Ex.: carro, panela, roupa. E não durável quando ele se encerra após o uso. Ex.: sabonete, comida.

3. O que é um serviço?

É a realização de uma atividade a qual ela é paga e disponibilizada no comércio.

4. Direitos básicos do consumidor:

1. Proteção da vida e da saúde

2. Educação para o consumo

3. Liberdade de escolha de produtos e serviços

4. Informação

5. Proteção contra publicidade enganosa e abusiva

6. Proteção contratual

7. Indenização

8. Acesso à Justiça

9. Facilitação da defesa dos seus

10. Qualidade dos serviços públicos.

5. Publicidade (publicidade enganosa e publicidade abusiva):

Publicidade enganosa é aquela que tem informações falsas sobre o produto/serviço.

Publicidade abusiva é aquela que deixa o consumidor em maior vulnerabilidade da habitual, desrespeitando valores ambientais, gerando preconceito, induzindo a um comportamento prejudicial à saúde e segurança.

6. Venda casada:

É quando para adquirir um produto/serviço, o consumidor precisa levar outro junto, ou seja, o produto/serviço não é vendido separadamente. A venda casada é considerada uma prática abusiva de acordo com o Código de Defesa do Consumidor.

7. Vício do produto x defeitos do produto.

O vício do produto acontece quando o produto não se apresenta com a qualidade e/ou quantidade que deveria ter. Ex.: um fogão descascado, uma tv que não muda de canal.

Já o defeito do produto acontece quando o produto deixa a segurança do consumidor em risco. Ex.: um carro que o freio não funciona, uma chapinha que queima o cabelo.

8. Garantia: legal e contratual;

Todo produto/serviço possui uma garantia, esta é chamada de garantia legal, a garantia legal dependerá se o produto é durável ou não durável.

Produto/serviço durável – garantia legal de 90 dias

Produto/serviço não durável – garantia legal de 30 dias

Já a garantia contratual é uma garantia a mais que foi pactuada entre consumidor e fornecedor.

9. Garantia de arrependimento;

É uma garantia disponibilizada ao consumidor quando ele adquire um produto/serviço que não seja em estabelecimento comercial, o prazo que o consumidor tem para arrepender-se da relação consumerista é de até 7 dias corridos. Ex.: compras realizadas pela internet.

10. Sistema de proteção nacional ao Consumidor (PROCON)

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor é um sistema composto pelos inúmeros órgãos de proteção do consumidor no país.

Ele é formado pelos Procons municipais, estaduais e das assembleias legislativas, pelos Ministérios Públicos estaduais, pelas Defensorias Públicas estaduais, por algumas Associações de Defesa do Consumidor, dentre inúmeros outros órgãos.

Esse sistema é coordenado pela Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (SENACON), a qual trabalha para criar uma política nacional e bem estruturada de proteção do consumidor. Essa Secretaria faz parte do Ministério da Justiça, compondo o Governo Federal.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

As considerações, até aqui delineadas, atestam que o tema condutor do Projeto se reveste de relevância para que seus participantes tenham conhecimento de direitos básicos nas relações consumeristas, haja vista que, todos são consumidores e vulneráveis. Não é por acaso que a Carta Magna de 1988 fez a previsão de uma lei específica para o consumidor, legislação essa que é bem nova no direito brasileiro.

Dar ao acadêmico de Direito a oportunidade de aprofundar seu conhecimento acerca das leis que regulam o consumo e prepará-lo para intervir na comunidade, auxiliando na compreensão das relações de consumo, amplia o processo de formação profissional e abre portas para que estabeleça sua responsabilidade social.

Compreender o pressuposto da existência de hipossuficiência técnica do consumidor, parte leiga e mais frágil da relação consumerista [e a base para operar o Direito.

No momento o projeto encontra-se na fase inicial de desenvolvimento. O compromisso é oferecer palestras de orientação à comunidade e elaborar cartilhas e panfletos com informações simples e direcionadas às principais dúvidas e reclamações dos consumidores.

Uma relação de teoria e prática, a favor da formação profissional e cidadã dos estudantes do Centro Universitário ICESP de Brasília.

**Referências**

BENJAMIM, A. H. V.; MARQUES, C. L. **Manual de Direito do Consumidor.** 2. ed. São

Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Direito do Consumidor.** São Paulo: Atlas, 2011.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

NORAT, Markus Samuel Leite. **Evolução histórica do Direito do Consumidor.** Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\_link=revista\_artigos\_leitura&artigo\_id=9474>. Acesso em: 25 ago. 2016.

PFEIFFER, Roberto Augusto Castellanos. **Defesa de Concorrência e Bem Estar do Consumidor.**São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015.

SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Ed. Forense, 2013.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Curso de Direito Processual Civil – Vol. I.**São Paulo: Ed. Forense, 2017.

http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/LEIS/L8078.htm

1. Professora do curso de direito da Faculdade ICESP e bolsista do NEXT. **ana.melo@icesp.edu.br** [↑](#footnote-ref-2)