Proteção Constitucional

A defesa do consumidor constitui Direito Fundamental, inscrito no art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal:

> **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;

Também está inscrita na seção que trata da Ordem Econômica, como um princípio desta:

> **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: I - soberania nacional; II - propriedade privada; III - função social da propriedade; IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor;

Sendo princípio da ordem econômica, trata-se de norma de ordem pública, o que significa que o Estado poderá intervir na economia para a defesa dos consumidores. O Direito do Consumidor, para a doutrina, seria a contrapartida da livre concorrência. Ou seja: é garantida a livre concorrência, desde que seja respeitada a relação de consumo, uma vez que, como veremos, nessas relações sempre haverá vulneráveis.

Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078 de 1990)

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi regulamentado pelo Decreto nº 2.181 de 1997. Esse decreto normatiza aspectos importantes do CDC, principalmente a questão relacionada ao processo administrativo, ou seja, a aplicação de sanções às infrações cometidas contra a ordem de defesa do consumidor.

Podemos dizer que o CDC surgiu com a finalidade de regulamentar o Direito do Consumidor, a fim de dar maior concretude à proteção estabelecida pela Constituição Federal.

Mas, afinal, quando é que utilizaremos o Código de Defesa do Consumidor? Quais relações esse ramo do direito tutela? Para respondermos a essas perguntas, precisamos compreender o que é a Relação Jurídica de Consumo, pois a formação dessa relação é que ensejará a aplicação das

regras relativas ao direito do Consumidor.

Relação Jurídica de Consumo

Introdução

A relação jurídica de consumo pode ser definida como uma relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço. De uma forma bastante objetiva, podemos afirmar que essa relação jurídica surge toda vez que um fornecedor e um consumidor transacionarem produtos ou serviços.

Mas o que seria consumidor e fornecedor? O que diferencia essa relação consumerista de uma relação civil (obrigacional)? Explicaremos a seguir.

Elementos

São elementos dessa relação de consumo:

1. Sujeitos: São as pessoas envolvidas na relação. Aqui, por ser uma relação sinalagmática (bilateral), não há propriamente sujeito ativo ou passivo, uma vez que ambos os sujeitos assumem ambas as figuras ao mesmo tempo. a. Consumidor: O art. 2º do CDC define como sendo toda pessoa, física ou jurídica, que utiliza produto ou serviço como destinatário final, sendo também equiparada a coletividade de pessoas, mesmo que indetermináveis. Esse elemento será aprofundado no próximo item. b. Fornecedor: Em linhas gerais, é a pessoa que vende ou comercializa o bem ou serviço. Esse elemento também será aprofundado no próximo item.
2. Fato Jurídico: O fato que une o Sujeito à Prestação.
3. Prestação: Seja o dinheiro, para o consumidor, seja a entrega do produto ou serviço, no caso do Fornecedor.

Consumidor

Como já mencionamos, consumidor, para o CDC, é toda pessoa, física ou jurídica, que utiliza produto ou serviço como destinatário final, sendo também equiparada a coletividade de pessoas, mesmo que indetermináveis.

Pessoa

É possível que entes despersonalizados sejam considerados consumidores? Sim. Apesar de o CDC falar de “pessoas”, consideram-se consumidores também os entes despersonalizados, como o condomínio, por exemplo.

Vulnerabilidade

Para sabermos definir quem é consumidor, precisamos abordar o conceito de vulnerabilidade, elemento central que diferencia o consumidor de um mero contratante (relação obrigacional de direito civil).

Quando falamos que todo consumidor necessariamente é vulnerável, estamos afirmando que o consumidor se encontra em uma posição de inferioridade em relação ao fornecedor. A vulnerabilidade, aqui, possui presunção absoluta e decorre da própria lei. Ou seja, se a pessoa está dentro de uma relação de consumo como consumidora, essa pessoa ou coletividade é vulnerável. Essa é uma presunção absoluta, decorrente de lei (ope legis).

Todo consumidor é vulnerável, por força de lei. Mas o que seria a vulnerabilidade? É justamente a condição de inferioridade, de desproteção que a pessoa tem na relação jurídica. Quando um consumidor participa da relação de consumo, ele já ingressa em uma situação de total desequilíbrio com relação ao fornecedor.

A professora Claudia Lima Marques nos dá 4 vetores em que pode se dar essa vulnerabilidade:

- **Vulnerabilidade Técnica:** Desconhecimento das características do produto/serviço, decorrente da não participação do consumidor na produção do bem;
- **Vulnerabilidade Jurídica:** Desconhecimento, por parte do consumidor, dos seus direitos e deveres, incluindo aspectos econômicos e contábeis;
- **Vulnerabilidade Informacional:** Consumidor não detém informações suficientes para realizar o processo decisório de aquisição ou não do produto ou serviço. Ou seja, há uma assimetria de conhecimento sobre o produto ou alguma informação elementar sobre o serviço em questão;
- **Vulnerabilidade Econômica:** Em função do forte poder econômico do fornecedor, de o fornecedor deter o monopólio fático ou jurídico da relação ou de o fornecedor desenvolver uma atividade considerada essencial.

Destinatário Final

Um dos elementos definidores de consumidor, como vimos, é a necessidade do uso do bem ou serviço como destinatário final. Mas o que seria destinatário final?

Ao longo do desenvolvimento do Direito do Consumidor foram surgindo correntes para explicar o que seria considerado destinatário final, tendo o Código adotado uma teoria em específico. Vejamos:

- **Teoria Finalista/Subjetiva:** Entende que o consumidor é o destinatário fático e econômico do produto/serviço. Ou seja, consumidor seria aquele que retira (adquire) e consome o produto ou serviço como destinatário final. Essa é a teoria que o CDC a princípio parece adotar, em seu artigo 2º.
- **Teoria Finalista Mitigada:** O STJ adota a posição finalista, mas mitigada, segundo a qual o consumidor é o destinatário fático e econômico do produto ou serviço. No entanto, em alguns casos, pode ser que se faça necessário abarcar como consumidor pessoa que não é destinatária final do produto ou serviço, mas em razão de comprovada sua vulnerabilidade, precisa ser equiparada a consumidor, para que seus direitos sejam resguardados. É o que se denomina “Consumidor Bystander”. São exemplos: art. 2º, §2º (coletividade), art. 17 e art. 29 do CDC.
- **Teoria Maximalista/Objetiva:** Consumidor é tão somente o destinatário fático do produto/serviço. Ou seja, é aquele que retira (adquire) o produto ou serviço, independente de consumir como destinatário final. A corrente maximalista não enxerga o CDC como uma lei que visa tutelar a relação desigual de consumo, mas sim como um diploma normativo

que serve pra regular o mercado de consumo brasileiro. Essa teoria é bastante criticada uma vez que parece utilizar uma lógica comumente utilizada no direito privado para tutelar as relações de consumo. Isso porque ela não leva em conta a disparidade entre os sujeitos da relação de consumo.