

OS PRINCÍPIOS CONSAGRADOS NO CÓDIGO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR

THE PRINCIPLES ENSHRINED IN THE CONSUMER PROTECTION AND DEFENSE CODE

<i>Recebido em:</i>	06/01/2023
<i>Aprovado em:</i>	11/07/2023

Gabriel Henrique Araújo Liber¹
Fabiana Tamaoki²

RESUMO

A lei de amparo ao consumidor representa uma conquista, bem como um marco histórico, seja em caráter nacional ou em escala internacional. Possui como objetivo principal garantir equilíbrio nas relações de consumo em geral (física ou online), restringindo abusos nestas relações de consumo realizados via internet, que será o foco da presente pesquisa. Portanto, o trabalho de conclusão de curso analisa de forma reflexiva as proteções e garantias contratuais desta modalidade que mais crescem no mundo: o e-commerce

Palavras-chave: Código do Consumidor. Proteção do consumidor. Compras online. Relação de consumo. Constituição Federal.

ABSTRACT

The consumer protection law represents an achievement, as well as a milestone, whether nationally or internationally. Its main objective is to guarantee balance in consumer relations in general (physical or online), restricting abuses in these consumer

¹ Bacharel em Direito pelo Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente (SP).

² Advogada. Pós Doutora pela Università degli Studi di Messina (Itália). Doutora e Mestre em Sistema Constitucional de Garantia de Direitos pela Instituição de Ensino de Bauru (ITE) e Especialista em Direito Ambiental e Ordenação do Território pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Docente no curso de Direito do Centro Universitário Toledo de Presidente Prudente (SP). Membro da Comissão Nacional das Mulheres Agraristas da UBAU (União Brasileira dos Agraristas Universitários) e da UBAA (União Brasileira da Advocacia Ambiental). Presidente do XII Tribunal de Ética da OAB/SP. Autora de diversos artigos, obras e de capítulos de obras jurídicas.

relations carried out via the internet, which will be the focus of this research. Therefore, the course conclusion work reflexively analyzes the contractual protections and guarantees of this modality that grows the most in the world: e-commerce.

Keywords: Consumer Code. Consumer protection. Online shopping. Consumer relationship. Federal Constitution.

1 INTRODUÇÃO

Necessário ressaltar, que a pesquisa não foge da análise necessária para abordagem do tema principal, como temas clássicos do Direito; do Consumidor, Civil e Empresarial, bem como a sua aplicação.

Desta forma, partindo do pressuposto acadêmico, justifica-se o intuito de um melhor entendimento sobre questões principiológicas dos contratos de consumo e a relações de consumo – temas reflexos do Direito Empresarial e Civil e que possuem tantas particularidades, contudo, não apresentam um número significativo de pesquisas dentro do ambiente acadêmico de direito brasileiro.

Com o crescimento absurdo dos contratos via internet, aumenta também a preocupação quanto aos golpes, a título de exemplo; estelionatos, falsos sites de vendas (as vezes feitos com um dia de duração, no dia seguinte os sites fantasmas se encontram off, lesando inúmeros clientes que realizaram compras, muitas das vezes ludibriados). Outro grande problema é de produtos que não correspondem o anúncio, donde a maioria das empresas dificultam a troca a ponto de o cliente ficar com produto indesejado.

São inúmeras as possibilidades, sendo que da mesma forma que há chance de se lesionar consumidores, também existe a possibilidade quanto os fornecedores.

Desta forma, grande parte ao se deparar com o Código de Defesa do consumidor, tem a falsa impressão de que somente poderia ser lesionado o consumidor (aquele como destinatário final do produto), o que não é verdade. Haja vista, que os

golpes aplicados a ambos podem ser prejudicados, partindo do ponto de vista que ambos podem ser consumidores.

Por isso, o propósito da pesquisa foi questionar qual a efetividade da legislação específica, tanto na proteção dos consumidores e de fornecedores, decorrente das realizações de contratos através da internet, versando bens materiais, sendo assim de suma relevância devendo ser tutelados pelo estado.

2 EVOLUÇÃO HISTÓRICO-JURÍDICA DA RELAÇÃO DE CONSUMO E A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Neste capítulo, abordaremos a evolução histórica para criação do Código de Defesa do Consumidor no Brasil, comparado com o surgimento em demais países do mundo, bem como as influências legislativas do Brasil. Desta forma, apresentaremos conceitos basilares para o reconhecimento da relação jurídica de consumo.

Ademais, apresentar-se-á princípios inerentes à proteção do consumidor, bem como sua explicação com base na doutrina, jurisprudência e legislação brasileira.

2.1 Evolução histórica da proteção do consumidor no Brasil e no mundo

Desde o primórdio, no Antigo Egito já se identificava medidas cautelares em cima de produtos vendidos naquela época. Os egípcios, por questões religiosas, de estéticas e de saúde, cultivavam o costume de pintar o próprio corpo (com tintas, pós etc.), com o propósito de se proteger dos raios solares, logo já é possível notar situações de logística, como: livre mercado e concorrência entre os fornecedores, estabelecendo-se, então, uma competição no mercado, no sentido de oferecer produtos que atendessem a necessidade dos consumidores.

Também era possível identificar a proteção do consumidor em textos super antigos, como por exemplo o Código de Hamurabi (Aproximadamente em 1700 a.C), editado pelo Império Babilônico o Código que visava defender os consumidores.

Este código, elaborado pelo Rei Hamurabi, continha regras protetivas e com caráter sancionatórios, como a dos artigos 229 e 233 do referido estatuto, que previa:

Art. 229 – Se um pedreiro edificou uma casa para um homem, mas não a fortificou e a casa caiu e matou seu dono, esse pedreiro será morto”

Art. 233 – Se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas.

Dessa forma, notamos a chamada responsabilidade objetiva, hoje elencada no Código de Defesa do Consumidor, através do princípio da boa-fé objetiva. Portanto, a história mostra que houve e ainda há preocupação com a reparação dos danos causados aos consumidores oriundos de defeitos e vícios de fabricação (vícios), entretanto com o diferencial na punibilidade, prevista no art. 229 daquele texto, inexistente em nosso ordenamento jurídico.

Já com relação ao Brasil, desde os tempos Império, se enxergar uma pequena proteção ao consumidor (O período do Brasil Império teve início com o processo de Independência e terminou com a Proclamação da República (1889). O direito brasileiro naquela época era posto pelas Ordenações do Reino de Portugal. Ou seja, nossos direitos não passavam da extensão dos direitos de nossos colonizadores, que influenciou fortemente em nosso ordenamento.

Após alguns anos, através de conflito armado, Portugal cedeu reconhecendo a independência do Brasil, e em 29 de agosto de 1825 quando assinado o Tratado de Amizade e Aliança entre Portugal e Brasil. E em troca da condecoração como um país soberano, o Brasil acordou em pagar ao Reino de Portugal uma indenização.

Contudo, notamos referências marcantes que o ordenamento português nos deixou, por exemplo No Livro V das Ordenações Filipinas, em seu título LVII dizia que: “se alguma pessoa falsificar alguma mercadoria, assim com cera, ou outra qualquer, se a falsidade, que nisso fizer, valer um marco de prata, morra por isso”.

Desta forma, conclui-se que existia sanções sobre o fornecedor que acabava por proteger o consumidor.

Outro exemplo presente Livro da Ordenações Filipinas: “Livro IV - Título - XIII - Do que quer desfazer a venda por ser enganado em mais da metade do justo preço”.

É possível assemelhar esta norma com artigos do nosso Ordenamento jurídico atual, quais sejam: artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

ART. 51 – São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

[...]

III – mostram-se excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e o conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. [...]

IV - Estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

§ 1º – Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. (BRASIL, 2011d, p. 861, grifo nosso)

Importante destacar, que o diploma civilista inspirador do sistema brasileiro é o Código Civil alemão (BGB). Estabelece o § 242 do referido estatuto que o devedor está subordinado a realizar a prestação tal como o exija a boa-fé.

Outro exemplo que a doutrina nacional elenca é o inciso IV do artigo 51 do nosso Código de Defesa do Consumidor igualmente inspirado no § 9º do código alemão AGB que, além de adotar o princípio da boa-fé, proibiu o estabelecimento de vantagem exagerada a uma das partes na relação de consumo.

O direito alemão possui diversas legislações específicas, como a VerbrKrg (Lei de crédito ao consumo), fundada em 1990 com o objetivo de regularizar os contratos de crédito, beneficiando a posição do consumidor, que pode, a título de exemplo, revogar unilateralmente o contrato.

Portanto, constata-se, com o estudo da legislação alemã, que o nosso direito do consumidor replicou em grande parte, no que convém a nossos preceitos, consagrando

igualmente o direito à proteção e à informação, o direito à proteção do interesse econômico, o direito à proteção a segurança e saúde, direito do dever de reparação por dano sofrido e o direito à representação (direito de ativer o judiciário).

Este direito encontra-se inserido na nossa Constituição Federal de 1988, reconhecendo um novo sujeito de direitos: o consumidor, individual e coletivo, assegurando sua proteção como direito fundamental (art. 5º, XXXII e princípio da ordem econômica nacional no art. 170, V, da Constituição da República Federativa do Brasil (CF/88):

Art. 170 – A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existências dignas, conforme os ditames da justiça social [...]
[...]
V - Defesa do consumidor;

Desta forma, o consumo no Brasil, se intensificou após o início de nossa industrialização (década de 1930), quando o Estado demonstrava características fortemente intervencionistas em nossa econômica.

Ou seja, o ordenamento brasileiro reconhece o consumidor como um sujeito de direitos, identificando a necessidade de proteção frente as relações de consumo e, nesse sentido explica, “a caracterização dos direitos do consumidor como direitos humanos, revela o reconhecimento jurídico de uma necessidade humana essencial, que é a necessidade de consumo” (MIRAGEM, 2008, p. 38).

Importante destacar, a marcante influência de Portugal, através do Decreto-Lei nº 446/85 de 25 de outubro de 1985, o qual proíbe as cláusulas contratuais que assassinam à boa-fé. Do mesmo modo à lei consumerista brasileira e o Código Civil português, em seu artigo 227, procurou abrigar os contratos em sua fundação e de formação, dispondo que as partes têm a obrigação de negociar e realizarem contratos de acordo com a boa-fé, prevendo, ainda, a reparação indenizatória por atos considerados

ilícito, isto é, perdas e danos suportados por parte daquele que culposamente causar danos a outrem.

Ademais, em 1990, o Brasil elaborou a Lei 8.078 de 11/09/1990 de proteção ao consumidor, criando nosso atual Código de Defesa do Consumidor. Considerado, considerado um sistema especializado, em seu conjunto de normas encontramos leis de direito penal, constitucional, civil, processuais penais e administrativas.

O Código de Defesa do Consumidor, hoje consolidado no cenário nacional como uma lei que trata da efetiva desigualdade existente entre os consumidores e fornecedores, quando de um lado encontra-se o produtor de bens e serviços e, de outro, quem deseja para a satisfação pessoal.

Tudo isso explica à boa-fé objetiva, isto é, que a regulação jurídica das obrigações deve ser fundada em princípios éticos de lealdade e probidade. Também, que os contratos bilaterais devem prever prestações equivalentes, atendendo o princípio da justiça contratual, bem como que as cláusulas abusivas seriam nulas, replicando e adaptando a nossas referências legislativas.

Ao contrário do que estabelece a lei consumerista brasileira e a alemã, na legislação italiana as cláusulas tidas como abusivas não são nulas de pleno direito. Conforme elenca o artigo 1.341 do Código Civil Italiano, as cláusulas consideradas abusivas possuem eficácia, se aprovadas por instrumento escrito, traduzindo a ideia de que se consentiu é válido.

Já no Brasil, onde o CDC é considerado uma lei principiológica, cujo objetivo principal é o de abranger todas as situações de consumo, sem, contudo, especificar cada caso, como faz grande parte de nosso ordenamento.

2.1.1 Quanto a relação jurídica de consumo (conceitos)

Para caracterização e formação da relação de consumo, é necessário a junção de três elementos, quais sejam o elemento subjetivo, objetivo e finalístico. Nesse sentido a

relação de consumo se configura quando presente: a) elementos subjetivos (a existência de um consumidor e de um fornecedor); b) elementos objetivos (a existência de um produto ou serviço) e; c) elemento finalístico (a aquisição ou utilização de produto ou serviço como destinatário final).

2.1.2 Elemento subjetivo

Como dito, a relação de consumo somente se materializa quanto presente o elemento subjetivo, isto é, estiver presente a figura do consumidor.

Conseguimos retirar o conceito de consumidor no artigo 2º do Código de Defesa do Consumidor, ou seja:

Art. 2º [...] toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Nesse sentido, o conceito de consumidor adotado pelo Código levou em consideração somente a figura do personagem. Conseqüentemente, o fornecedor elencado no artigo seguinte do mesmo código legal, foi considerado aquele que disponibilize produtos ou serviços mediante pagamento no mercado:

Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990).

Nota-se, que fornecedor é um conceito propositadamente amplo, para incluir qualquer pessoa, natural ou jurídica, até mesmo, entes despersonalizados. Para caracterização do fornecedor, não é necessário que a pessoa jurídica seja nacional. Desta forma, mesmo que não a tenha filial constituída em nosso território, ela poderá ser considerada fornecedor.

Insta salientar, que se tratando de produto importado, o importado sempre foi considerado fornecedor podendo ser responsabilizado objetivamente pelos danos causados.

Outra característica, para se enquadrar como fornecedor é a habitualidade. Diz a doutrina, que sem a habitualidade no desempenho da função, dificilmente teremos a figura do fornecedor.

Vale ressaltar, que entes jurídicos de direito público (União, Estados, Distrito Federal, Municípios, autarquias, fundações públicas e associações públicas) também podem ser tidas como fornecedoras.

No que diz respeito a pessoa física, não há dúvida de que o profissional liberal será considerado fornecedor, desde que preste serviços para consumidores que sejam destinatário final do produto.

Abordar-se-á no próximo subcapítulo os elementos objetivos.

2.1.3 Elemento objetivo

Podemos dizer que a relação de consumo está constituída, quando o elemento objetivo estiver presente junto do produto ou serviço ofertado pelo fornecedor e negociado pelo consumidor.

É o produto propriamente dito, segundo a definição legal:

qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial (art. 3º, § 1º, do CDC).

No que tange a materialidade ou imaterialidade do produto, o conceito é o mesmo do Código Civil. Contudo, pelo fato que o CDC definiu o produto como imaterial, traz a dúvida de que tipo de produto seria esse oferecido dentro do mercado de consumo.

O legislador fixou, na elaboração do artigo, conceitos amplos e genéricos, com intuito de que nada lhe escape (inclusive abarcando mercadorias imateriais).

Importante ressaltar, que prestação de serviço está definido no § 2º do art. 3º do CDC, como;

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. (Código De defesa do consumidor 1990).

Desta forma, para que o serviço tenha guarida nas normas do CDC, tão quanto o produto, a atividade fornecida deve ser oferecida ou veiculada no mercado de consumo, isto é, que envolva livre concorrência, oferta, produção em massa, e o principal oferecimento ao coletivo (público consumidor).

Insta salientar, que este serviço deve-se tratar de um prestado mediante remuneração. Nesse contexto, serviços que não tenham remuneração, a título de exemplo; os prestados em entidade assistencial, não serão considerados serviços com aplicação do Código de Defesa do Consumidor, haja vista que o CDC, somente abarca casos fáticos que tenham remuneração, ou seja, relação de consumo (cunho econômico).

2.1.4 Elemento Finalístico

Quando se trata de relação negocial de consumo, no sentido estrito, se refere que existe uma negociação entre um consumidor e um fornecedor, tendo por objeto a aquisição de um produto ou a prestação de um serviço para satisfação pessoal.

Assim, toda e qualquer relação de consumo deve ter obrigatoriamente três elementos, o elemento subjetivo, que é a relação entre o consumidor e o fornecedor, o objetivo (o produto ou serviço) e finalístico que em suma é o consumidor como destinatário final do produto.

Este elemento, é imprescindível, para a caracterização da relação de consumo, até porque sem o elemento Finalístico, não há como haver relação de consumo.

2.2 Princípios inerentes a relação de consumo

Sabemos que nosso ordenamento é regido totalmente por princípios, bem como a constituição de qualquer regra ou direito está sempre, sem exceção, aos ditames principiológicos daquela sociedade.

Nesse sentido, o princípio funciona como um norte para o interpretar da norma. O magistrado no exame de algum caso fático, por mais simples que seja, preliminarmente será analisada os princípios, para verificar em que direção eles demonstram para solução do caso.

Os princípios constitucionais são considerados vigas mestras, alicerces e base de nosso sistema jurídico. Nesse sentido, devem ser rigorosamente seguidos, sob pena de desestruturar o ordenamento, conseqüentemente trazendo insegurança jurídica.

Nessa esteira, necessário mencionar a ilustre lição de Celso Antonio Bandeira de Melo (2000, p.748):

Violar um princípio é muito mais grave que transgredir uma norma qualquer. A desatenção ao princípio implica ofensa não apenas a um específico mandamento obrigatório, mas a todo o sistema de comando. É a mais grave forma de ilegalidade ou inconstitucionalidade. Conforme o escalão do princípio atingido, pode representar insurgência contra todo o sistema, subversão de seus valores fundamentais, contumélia irremissível a seu arcabouço lógico e corrosão da estrutura mestra. Isto porque, com ofendê-lo, abatem-se as vigas que o sustentam e alui-se toda a estrutura nelas esforçada.

Assim sendo, os princípios cumprem uma função importantíssima, já que conduzem e condicionam a as normas jurídicas em geral. Em contrapartida, mesmo que os princípios e as normas tenham o mesmo esqueleto de formação, os princípios sempre serão hierarquicamente superiores, isto quer dizer, que sempre terão eficácia incontestável em face as normas já que fundados primeiro, orientando e condicionando a aplicação de todas as demais normas.

2.2.1 Princípio da vulnerabilidade do consumidor

A vulnerabilidade do consumidor e em razão dela que foi feito o atual CDC, no qual busca equilibrar ao máximo essa relação consumerista, considerada desigual entre consumidor e fornecedor. O princípio pode ser encontrado no art. 4, I do Código de Defesa do Consumidor:

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; (grifo do autor)

Assim, percebemos que a relação de consumo é extremamente desigual, segundo o legislador, que buscou instrumentos jurídicos para tentar reequilibrar os contratos firmados entre consumidor e fornecedor, através do reconhecimento da presunção de vulnerabilidade do consumidor, como princípio norteador da igualdade entre os sujeitos da relação de consumo.

O CDC, portanto, presume absoluta da vulnerabilidade do consumidor. Vulnerabilidade esta que pode ser compreendida em dois aspectos: um técnico e outro econômico.

O técnico diz respeito aos meios de produção e quem detém este poder é fornecedor, ou seja, consumidor fica em desigualdade com fornecedor que unilateralmente decide o que fornece ao mercado de consumo.

O segundo aspecto, está relacionado a capacidade econômica que o fornecedor tem em relação ao consumidor. Entretanto, isto não é a regra, pois há possibilidade consumidores individuais que detém de grandes fortunas econômica e as vezes até superior à de fornecedores pequenos.

Assim, todo consumidor é considerado sempre vulnerável, somente por se trata da figura do consumidor, pessoa que deseja o produto como destinatário final para satisfação pessoal, isto é, característica intrínseca a condição de destinatário final do produto ou serviço, mas nem sempre será hipossuficiente, como dito existe exceções à regra.

Nesse sentido, toda e qualquer consumidor, terá direito aos benefícios previstos no CDC, por conta da sua vulnerabilidade. Desta forma, pode-se dizer que a vulnerabilidade é elemento posto da relação de consumo e não um elemento pressuposto, em regra.

2.2.2 Princípio da boa-fé objetiva

A boa-fé objetiva é conceituada praticamente como; a obrigação imposta as partes, de agir com lealdade e cooperação, ou seja, de acordo com os princípios, as partes são obrigadas a não praticarem condutas que possam ferir as expectativas dos consumidores.

Desse dever decorrem múltiplas obrigações conexos de conduta impostos às partes, inclusive, este princípio e tão poderoso ainda na ausência de previsão legal ou contratual, o dever de agir lealmente em todos os aspectos e fases da relação de consumo de acordo com a boa-fé.

Desta forma, o princípio da boa-fé deve ser compreendido como uma regra de conduta, ou seja, dever de as partes agirem de acordo com os ditames da legislação específica, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

Assim sendo, a boa-fé atende ao equilíbrio contratual e não a ganância econômica, uma vez que, nesta gama de direitos e deveres das partes, como regra, há um desequilíbrio por parte da figura dos personagens. Até porque o que é considerado exagerado para um, não será para outro, nesse sentido, todo contrato, não somente cláusulas devem seguir a boa-fé objetiva e a equidade.

Importante mencionar, que mesmo antes do Código de Defesa do Consumidor ter reconhecido o princípio da boa-fé, este sempre existiu em nosso sistema jurídico, mas atuando como princípio geral da aplicação do Direito, o que quer dizer que, mesmo não positivado explicitamente, mas sim implicitamente, seus valores sempre nortearam o intérprete e as relações de consumo do nosso sistema jurídico.

Ou seja, a boa-fé contida no CDC é o comportamento que o legislador entendeu como adequada para todas as relações de consumo. É a regra de comportamento e a ser seguida. Não é específica como o é no Código Civil. Até porque, no CDC é considerada regra geral que abrange todas as situações que envolvam relação de consumo. Já que a boa-fé é um dever de agir imposto de acordo com padrões sociais.

2.2.3 Princípio do Equilíbrio ou da Equivalência Negocial

Este é um princípio extremamente fundamental, que a sua inobservância pode levar à anulação negocial, do negócio como todo e de alguma cláusula. Encontra-se elencado no art. 4º, III, do CDC, dizendo o seguinte:

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores (BRASI, 1990);

Ademais, na mesma Lei, o art. 51, § 1º, III, replica o princípio quando diz que se presume exagerada a vantagem que se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, levando em conta a natureza social do contrato e o interesse das partes:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso ((BRASI, 1990);

Nota-se, que serão invalidadas as disposições que coloquem em desequilíbrio a equivalência existente entre as partes. Se o contrato o consumidor encontra-se em situação inferior, ou vise e versa, desde que alguma das partes detenha de nítidas desvantagens, o contrato poderá ter sua validade judicialmente aparecida, para que a cláusula que fere o princípio negocial seja afastada, ou até mesmo desfeito o instrumento por um todo.

O STJ já se posicionou quanto ao tema:

Não pode a estipulação contratual ofender o princípio da razoabilidade, e se o faz, comete abusividade vedada pelo art. 51, IV, do Código de Defesa do Consumidor. Anote-se que a regra protetiva, expressamente, refere-se a uma desvantagem exagerada do consumidor e, ainda, a obrigações incompatíveis com a boa-fé e a equidade” (STJ, REsp. 158.728, Rei. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, 3a T., j. 16/03/99, p. DJ 17/05/99)

Neste prisma de equivalência negocial, o Código de Defesa do Consumidor impediu que os consumidores, aqueles que são destinatários finais sejam expostos a práticas abusivas e desproporcionais, que geram de nulidade absoluta e responsabilização civil.

Neste prisma, o art. 8º do CDC não somente impede práticas, como impede que produtos e serviços exponham à saúde dos consumidores. Nas suscitadas situações, se sobrevier danos, haverá dever de reparação em todos os aspectos, quais sejam: patrimonial, moral e estético, aplicando-se a teoria própria de responsabilidade civil, conforme a Lei 8.078/1990.

De acordo com este princípio, a lei proíbe atos prejudicial no momento de se contratar, sob o velcro constitucional de que todos são iguais perante a lei e a dignidade da pessoa humana, existindo também o dever de o prestador ou fornecedor informar todos sobre os riscos inerentes ao fornecimento de seu produto conforme artigo 9 do Código de Defesa do Consumidor:

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Essa é a lógica do art. 9º do CDC prestigia o dever de informação (que será abordado no próximo tópico) quanto aos produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde e segurança advém da dignidade da pessoa humana. Isto é, mantém relação íntima com a segunda geração de direitos, pertinente ao princípio da igualdade inserido no art. 5º, caput, da CF/1988.

Segundo leciona o ilustre TARTUCE:

Por tudo isso, percebe-se um contato direto entre o princípio da equivalência negocial e a boa-fé objetiva, havendo uma exigência de condutas de lealdade por parte dos profissionais da relação de consumo, que deverão, de maneira igualitária, fornecer condições iguais nas fases pré-contratual, contratual e pós-contratual do negócio jurídico”. (TARTUCE; NEVES, 2021).

Desta forma, devido ao contato entre os princípios, faz necessário o que chamo de “transparência negocial”, dentre todos os polos das relações, seja de fornecedor para consumidor, de fornecedor para fornecedor e de consumidor para consumidor.

CONCLUSÃO

Nota-se, após a análise dos princípios basilares da relação de consumo, que há um dever de transparência negocial, o que muitas das vezes não ocorrem de fato. Neste momento, que os princípios se demonstram indispensáveis para solução de litígios e até mesmo em casos em concreto.

Contudo, a sociedade evolui, junto da tecnologia, sendo que o direito tem o dever de acompanhar os anseios da população, e se tratando de consumidores, estamos abordando um assunto em escala internacional, ou seja os princípios envolvidos a relação

de consumo, seja física, ou online, são universais, pois o conceito de consumidor e o mesmo em todo o território global.

Desta forma, os princípios dão guarida a qualquer pessoa que seja destinatário final do produto, isto é tanto um consumidor que compra para satisfazer seu desejo pessoal, ou aquele revendedor, que compra de grandes fornecedores para vender e obter lucro com os produtos, até mesmo fornecedores que realizam a compra dos materiais para fabricação, muitas das vezes podem ser enquadrados como consumidores.

Nesse sentido, os princípios estão para auxiliar a todos e para combater qualquer injustiça no campo dos contratos de compra e venda, seja eletrônico ou fisicamente, em qualquer de suas vertentes.

Apesar da legislação específica parecer recente (promulgada em 2013 - Decreto nº 7.652 de 15 de março) e, ainda que represente um grande avanço, boa parte da doutrina e consumidores criticam a lei, no sentido de que existem lacunas.

São inúmeras as possibilidades, nesse sentido é indispensável o conhecimento dos direitos, advindos das fontes de elaboração da legislação especial, para garantir mais segurança jurídica nas relações comerciais de consumo, igualando e equilibrando todos os polos da relação.

Haja vista, que com o crescimento de empresas e contratos de compra e venda, aumenta-se também o risco de golpes, a título de exemplo; estelionatos, falsos sites de vendas. Outro grande problema, que pode ser resolvido judicialmente, através dos princípios, é a questão de produtos que não correspondem o anúncio, aquela falsa propaganda. São inúmeras as possibilidades que surgem, contudo os princípios são fixos e concretos, no sentido de serem rígidos e beneficiam aquele que buscam o amparo jurídico para resolver seu litígio.

REFERÊNCIAS

_____. **Decreto Nº 7.962**, de 15 de março de 2013. Regulamenta a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre a contratação no comércio eletrônico. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/decreto/d7962.htm. Acesso em: 1 setembro 2022.

_____. Código de Defesa do Consumidor Anotado e legislação complementar. 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

ADDOR, Nicolas; FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra. POSSÍVEIS SOLUÇÕES PARA A ILITERACIA DIGITAL EM PLATAFORMAS DE PARTICIPAÇÃO. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 685-711, 2022.

ALMEIDA, João Batista de. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2003.

ALVES, Henrique Rosmaninho; CRUZ, Alavaro Ricardo Souza. A EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE FAMÍLIA E SEUS REFLEXOS SOBRE O PLANEJAMENTO FAMILIAR: UMA ANÁLISE DA CONSTITUCIONALIDADE DOS REQUISITOS PARA A ESTERILIZAÇÃO VOLUNTÁRIA PREVISTOS NO ARTIGO 10 DA LEI Nº 9263/1996. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 347-391, 2022.

BARLETTA, Fabiana Rodrigues. **A Revisão Contratual no Código Civil e Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2002.

BRASIL. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor - 11 DE SETEMBRO DE 1990).

BRASIL. **Constituição Federal de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 de junho de 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm. Acesso em 05 de junho de 2022.

CASTRO, José Antonio Toledo de; WENCESLAU, Maurinice Evaristo. POLÍTICA DE ENFRENTAMENTO A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER: CASA DA MULHER BRASILEIRA DE CAMPO GRANDE (MS). **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 455-487, 2022.

CORREA, Marina Aparecida Pimenta da Cruz; ALMEIDA, Valquiria. CONJUNTURA HISTÓRICO-JURÍDICA DA MIGRAÇÃO INTERNACIONAL EM PAÍSES EM

DESENVOLVIMENTO: UMA ANÁLISE DO CASO BRASILEIRO (1970-2020). **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 648-684, 2022.

Defesa do Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2004.

FEDATO, M. A.; GONÇALVES, V. J. C. Processo eletrônico e novo CPC: reflexões sobre o Processo Civil no meio digital. *Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro*, [S. l.], v. 2, n. 2, p. e019, 2019. DOI: 10.33636/reconto.v2n1.e019. Disponível em: <https://revistareconto.com.br/index.php/reconto/article/view/28>. Acesso em: 2 abr. 2023.

MATSUSHITA, Mariana Barboza Baeta Neves; ISHIKAWA, Lauro; DE ALENCAR, Igor Rafael Carvalho. JUSTIÇA CONSTITUCIONAL ENTRE O PASSADO E O PRESENTE. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 624-647, 2022.

MEZACASA, Douglas Santos; JUNIOR, Jayme Benvenuto Lima. DISCURSO DE ÓDIO CONTRA PESSOAS LGBTQIA+ NA ARENA POLÍTICA: AMEAÇA AO MULTICULTURALISMO NA HUNGRIA E OS REFLEXOS NO BRASIL. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 235-252, 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor**; 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

MOTTA, Ivan Dias et al. SECULARIZAÇÃO: INTOLERÂNCIAS E NEUTRALIDADES NAS VISÕES DE JOSÉ CASANOVA E CHARLES TAYLOR EM RELAÇÃO ÀS MULHERES AFEGÃS DIANTE DO GRUPO TALIBÃ E APLICAÇÃO DOS ODS COMO MODELO DE RECONSTRUÇÃO DA SECULARIZAÇÃO DIANTE DE UM ESTADO DEMOCRÁTICO PLURALISTA. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 392-435, 2022.

PÁDUA, F. B. S. de. Em busca de uma teoria geral da discricionariedade. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. e043, 2021. DOI: 10.33636/reconto.v4n1.e043.

PEREIRA, Maria Marconiete Fernandes et al. DESIGUALDADE DE GÊNERO E SEGURANÇA HUMANA: UMA ANÁLISE DA POLÍTICA PÚBLICA TRIBUTÁRIA NO BRASIL. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 598-623, 2022.

PESSÔA, A. G.; WANDERLEY, P. I. B. R. A reeducação do homem agressor: grupo reflexivo de violência doméstica. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. e034, 2020. DOI: 10.33636/reconto.v3n1.e034.

PINHEIRO, A. C. M. S.; SOUZA, J. X. de; FERREIRA, A. F. Tratados internacionais ambientais e o fenômeno da constitucionalização. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. e044, 2021. DOI: 10.33636/reconto.v4n1.e044.

PIVA, R. C. Alienação parental na vigência do casamento e da união estável e tutela coletiva. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 1, n. 2, p. e013, 2021. DOI: 10.33636/reconto.v1n2.e013.

RABELO, Luciana do Amaral; AZAMBUJA, Fernanda Proença de; ARRUDA, Rejane Alves de. FEMINICÍDIO: EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CONCEITO, UMA ANÁLISE CULTURAL, A LUZ DOS DIREITOS HUMANOS. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 543-566, 2022.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Cláusulas abusivas no Código de**

SIQUEIRA, D. P.; ESPÓSITO, M. P.; SOUZA, B. C. L. de. Direito à alimentação e os direitos da personalidade: da previsão à concretização desse direito sob a perspectiva do acesso à justiça. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. e025, 2023. DOI: 10.33636/reconto.v2n2.e025.

SOARES, Marcelo Negri; CENTURIÃO, Luís Fernando; TOKUMI, Carine Alfama Lima. INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E DISCRIMINAÇÃO: UM PANORÂMA SOBRE A ANTAGONIZAÇÃO ENTRE EXCLUSÃO E O ESTADO DEMOCRÁTICO DE DIREITO BRASILEIRO À LUZ DOS DIREITOS DA PERSONALIDADE. **Revista Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, v. 10, n. 2, p. 567-597, 2022.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: Direito Material e Processual**. 3. ed. São Paulo: Método, 2014.

THISEN, G. O judiciário e a mediação. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. e026, 2023. DOI: 10.33636/reconto.v2n2.e026. Disponível em: <https://revistareconto.com.br/index.php/reconto/article/view/33>. Acesso em: 2 abr. 2023.

WOLOWSKI, M. R. de O. Políticas públicas voltadas ao idoso como instrumento de promoção da dignidade da pessoa humana. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. e017, 2023. DOI: 10.33636/reconto.v2n1.e017.

WOLOWSKI, M. R. de O.; HUNGARO, B. de F. A discriminação como obstáculo para a efetivação do direito à igualdade e o papel dos defensores públicos: o que há por trás dos grupos vulneráveis?. **Revista de Constitucionalização do Direito Brasileiro**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. e021, 2019. DOI: 10.33636/reconto.v2n1.e021.