A EFETIVIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Elisgardenia Rodrigues Macena Santos*

RESUMO: O Código de Defesa do Consumidor é dotado de princípios consumeristas, os quais formaram a base de sustentação da disciplina Direito do Consumidor, trazendo contribuições para a efetiva proteção do consumidor de forma prática, quer judicialmente, quer extrajudicialmente. Os princípios consumeristas, em particular, os princípios da boa-fé objetiva, da função social do contrato e da equivalência material, contribuem para a efetividade da proteção dos direitos do consumidor na medida em que devem ser observados na consecução dos contratos de consumo e nas suas eventuais consequências sociais. O nosso ordenamento jurídico foi enriquecido por princípios inovadores e modernos e com a implantação de instrumentos que proporcionam a efetiva proteção e defesa do consumidor. Sendo o direito dinâmico como fenômeno social, passados 23 anos, se faz necessário à sua atualização, tendo em vista os avanços tecnológicos, as mudanças na conjuntura econômico-social e o aumento do crédito e do consumo. Dentre os principais pontos das novas regras, está à proibição do envio de e-mails não autorizados pelo destinatário (SPAM), divulgação dos dados do fornecedor e penas mais severas para práticas abusivas contra o consumidor. Os três projetos, assinados pelo presidente do Senado, José Sarney, procedem do trabalho de uma comissão especial de juristas que realizou 37 audiências públicas reunindo senadores, procuradores da República e organizações de defesa do consumidor.

PALAVRA-CHAVES: Efetividade do CDC. Princípios Consumeristas. Atualização do Código de Defesa do Consumidor.

1 INTRODUÇÃO

A Lei nº 8.078 de 1990, o Código de Defesa do Consumidor,

* Graduada em Direito Pela Universidade Tiradentes/SE. Pós-graduada em Direito do Trabalho pela Faculdade Integrada de Jaquarepaguá(FIJ). Funcionária Pública no Ministério Público do Estado de Sergipe.

com princípios consumeristas que formaram a base de sustentação da disciplina Direito do Consumidor. Sob essa ótica, quais as contribuições para a efetiva, proteção do consumidor, de forma prática, quer judicialmente, quer extrajudicialmente. O nosso ordenamento jurídico foi enriquecido por princípios inovadores e modernos e com a implantação de instrumentos que proporciona a efetiva proteção e defesa do consumidor. Sendo o direito dinâmico, como fenômeno social, passados 23 anos já se faz necessário à sua atualização, tendo em vista os avanços tecnológicos, as mudanças na conjuntura econômico-social e o aumento do crédito e do consumo.

2 PRINCÍPIOS CONSUMERISTAS

O Código de Defesa do Consumidor surge para disciplinar o mandamento constitucional de proteção aos direitos do consumidor (art. 5º, inciso XXXII, art. 150, § 5º, art. 170, inciso V, todos da Constituição Federal), as relações de consumo antes reguladas pelo Código Civil e demais normas que compreendiam a matéria passam a ser regulamentadas pela Lei 8.078/1990. Com base no maior dos princípios constitucionais, a dignidade da pessoa humana (art. 1º, inciso III, C.F). Com a finalidade precípua de proteção, equilibrando as relações de consumo tendo em vista outro princípio constitucional, o princípio da isonomia material entre as partes, sem prejuízo de outros princípios, como o da publicidade, informação, liberdade e a própria defesa do consumidor.

Alguns princípios que permeiam a proteção do consumidor se evidenciam de maneira especial pela doutrina, tornando-se paradigmas: o princípio da boa-fé objetiva, paradigma da eticidade; princípio da função social do contrato, paradigma da socialidade e o princípio da equivalência material, paradigma da operabilidade.

O princípio da boa-fé é o norteador da proteção do consumidor, está expresso no art. 4º, inciso III, do CDC, trazendo efetividade ao mandamento constitucional do art. 170 da Constituição Federal. Também localizamos a boa-fé estipulada no CDC como orientadora de cláusula contratual, e em caso de desrespeito a elas, estas serão nulas de pleno direito (art. 51, inciso IV, CDC).

Percebemos sem dúvida de que no sistema da Lei 8.078, a boa-fé é

princípio e cláusula geral. A boa-fé como princípio é ordem reflexa da Constituição Federal que estabelece no capítulo dos princípios gerais da atividade econômica a defesa do consumidor (art. 170, CF), enquanto que, como cláusula geral, a boa-fé deve estar presente em toda a relação de consumo, ainda que não expressamente especificada, de modo a caracterizar a validade do ato realizado. Quando e onde as obrigações forem consideradas iníquas e colocarem o consumidor em desvantagem exagerada ou forem incompatíveis com a boa-fé e a equidade, a respectiva cláusula contratual é nula.

Os princípios da *pacta sunt servanda*, traduzido comumente em "o acordo faz lei entre as partes", e da autonomia da vontade, na relação consumerista, foram relativizados em favor do interesse social, da função social do contrato, da boa-fé objetiva e da equivalência material, como novos paradigmas introduzidos pelo Código de Defesa do Consumidor, visando à proteção do consumidor na relação de consumo, estampado em capítulo à parte no CDC (Capítulo VI – Da proteção contratual). O Estado ao interferir nas relações entre os particulares, estabelecendo normas de ordem pública e de interesse social, visa colocar as partes contratantes em pé de igualdade, impedindo que o objeto do contrato seja nocivo ao bem comum.

Dessa maneira, percebemos que a função social do contrato está estampada no CDC como o intervencionismo estatal que vem para frear uma possível desproporção, disparidade entre os contratantes, que possa macular a real intenção dos mesmos na consecução do contrato, mas sem interferir na vontade das partes.

O princípio da equivalência material encontra respaldo nos artigos 47 e 54 da Lei 8.078/90, segundo o Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor. Isto significa que, sob qualquer pretexto, a cláusula sendo ambígua, contraditória, capciosa ou sem defeito aparente, será interpretada de modo mais favorável ao consumidor. É essa a inteligência da lei que quis salvaguardar os interesses do consumidor, a parte vulnerável da relação de consumo.

3 ATUALIZAÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor colocando à disposição do movimento consumerista princípios modernos e inovadores de defesa

da sociedade, instituindo instrumentos ágeis e efetivos de proteção e defesa do consumidor, trouxe modernidade ao nosso ordenamento jurídico. Entretanto, passados vinte e três anos, necessário proceder-se à sua atualização, tendo em vista os avanços tecnológicos, as mudanças na conjuntura econômico-social e o aumento do crédito e do consumo.

A Comissão de Juristas, instituída pela Presidência do Senado Federal para oferecer subsídios para a reforma do CDC, apresentou três anteprojetos de leis, os quais foram submetidos a amplo debate público, tendo por objeto os seguintes temas: comércio eletrônico e parte geral; ações coletivas e normas instrumentais; crédito e prevenção ao superendividamento do consumidor.

A versão final foi entregue ao Presidente do Senado em 14.03.2012, vindo a ser apresentados, em 02.08.2012, os Projetos de Lei do Senado nº 281, 282 e 283 de 2012, todos são de autoria do Senador José Sarney.

A comissão temporária do Senado de modernização do Código de Defesa do Consumidor (CDC) recebeu 106 emendas de senadores aos projetos sob sua análise. O projeto que atualiza os dispositivos do CDC sobre comércio eletrônico recebeu 31 emendas; o que disciplina as ações coletivas recebeu 33 emendas; e a que trata de crédito ao consumidor e prevenção do superendividamento, 42 emendas.

O primeiro projeto, a PL nº 281, aperfeiçoa as disposições gerais constantes do Capítulo I do Título I do CDC, estabelecendo que as normas e os negócios jurídicos devam ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor, dispondo ainda sobre o comércio eletrônico, considerando que a evolução tecnológica trouxe consigo um novo apelo ao consumo, com o crescimento do comércio por meio eletrônico, nos últimos anos, demonstra que essa nova forma de contratação é cada vez mais utilizada, seja pela gama de ofertas, comodidade e facilitação de acesso, seja pelos sucessivos recordes de faturamento. Mas se há muitas vantagens e benefícios, há também maior vulnerabilidade do consumidor.

Sendo de logo necessária à atualização, vez que o direito deve acompanhar a evolução da sociedade, logo o Código Consumerista precisa adaptar-se a essa nova realidade, disciplinando o comércio eletrônico, reforçando os direitos de informação, transparência, lealdade, cooperação e trazendo mecanismos que proporcionem a segurança das transações e a proteção da autodeterminação e da privacidade dos

dados pessoais.

As alterações propostas nas Ações Coletivas no Projeto de Lei do Senado nº 282 visam à sua valorização e aperfeiçoamento, de forma a prevenir a multiplicidade de demandas individuais que sobrecarregam o Poder Judiciário, proporcionando uma melhor prestação jurisdicional, merece destaque a proposta relativa à tentativa de conciliação em qualquer tempo e grau de jurisdição, alcançando as ações em trâmite nos Foros e nos Tribunais. É uma forma de se buscar a diminuição do tempo de duração da lide, o que beneficiará não só o Poder Judiciário, mas principalmente o consumidor, que terá uma solução mais célere e efetiva do litígio.

O Projeto de Lei do Senado nº 283 aperfeiçoa a disciplina do crédito ao consumidor e dispõe sobre a prevenção do superendividamento, temas decorrentes do crescimento econômico em nosso país e da democratização do acesso ao crédito e aos produtos e serviços disponíveis no mercado.

Cuida a proposta da instituição de mecanismos de prevenção, tratamento extrajudicial, judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando a garantir o mínimo existencial, cuja finalidade é promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira, com base nos princípios da boa-fé, da função social do crédito ao consumidor e da dignidade da pessoa humana.

Dentre os avanços verificados, ressalta-se a facilitação da negociação com os fornecedores em caso de cobrança de valores contestados, erro ou fraude cometida em cartões de crédito e meios de pagamento; a proibição da referência a crédito "sem juros", "gratuito" e semelhante, para que a publicidade não oculte os ônus da contratação a crédito, bem como a possibilidade de o consumidor vir a se arrepender do crédito consignado sob determinadas condições.

Na parte processual, a conciliação com todos os credores do consumidor superendividado facilita a elaboração de um plano de pagamento para a quitação das dívidas, com preservação do mínimo existencial, permitindo a reinclusão do consumidor no mercado.

Dentre os principais pontos das novas regras, está à proibição do envio de e-mails não autorizados pelo destinatário (SPAM), divulgação dos dados do fornecedor e penas mais severas para práticas abusivas contra o consumidor. Além disso, tipifica como infração penal o ato

de veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais.

Os três projetos, assinados pelo presidente do Senado, José Sarney, procedem do trabalho de uma comissão especial de juristas que realizou 37 audiências públicas reunindo senadores, procuradores da República e organizações de defesa do consumidor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que os princípios consumeristas, em particular, os princípios da boa-fé objetiva, da função social do contrato e da equivalência material, contribuem para a efetividade da proteção dos direitos do consumidor na medida em que devem ser observados na consecução dos contratos de consumo e nas suas eventuais consequências sociais. Quanto à atualização do CDC, conclui-se, que as propostas apresentadas mantêm a diretriz constitucional-protetiva do CDC, preservando e expandindo os direitos dos consumidores. Contudo, seria inócuo o legislador prever direitos materiais para o consumidor se não lhe fossem garantidos os instrumentos necessários à sua efetividade, aprimorando a confiança na lei consumerista.

THE EFFECTIVENESS OF THE CONSUMER DEFENSE CODE

The consumer defense code is endowed with principles consumerist, which formed the basis of discipline support consumer rights, bringing effective contributions, consumer protection, in a practical way, either judicially or extrajudicially. The consumerist principles, in particular, the principles of objective good faith, of the social function of the contract and of the equivalence, contribute to the effectiveness of protection of consumer rights in so far as they must be observed towards the consumer contracts and its possible social consequences. Our legal system was enriched by innovative and modern principles and with the implementation of instruments that provide effective protection and consumer protection. Being the right dynamic, as social phenomenon, passed 23 years already it is necessary to update, with a

view to technological advances, changes in social-economic situation and the increase of credit and consumption. Among the main points of the new rules is the prohibition of sending unauthorized by the recipient emails (SPAM), supplier data disclosure and stricter penalties for abusive practices against consumers. The three projects, signed by the President of the Senate, Jose Sarney, carrying out the work of a Special Commission of Jurists which held 37 public hearings bringing together senators, public prosecutors and consumer advocacy organizations.

KEYWORDS: Effectiveness of CDC. Consumeristas Principles. Updating the Consumer Defense Code.

REFERÊNCIAS

DENSA, Roberta. *Direito do Consumidor*. Série Leituras Jurídicas Provas e Concursos, São Paulo, Editora Atlas.
FILHO CAVALIERI, Sérgio. *Programa de Direito do Consumidor*. São Paulo, Editora Atlas.
GAGLIANO, Pablo Stolze e Rodolfo Pamplona Filho. *Novo Curso de Direito Civil* (volumes 1, 2, 3, 4, tomo 1 e tomo 2, 5 e 6). Editora Saraiva, São Paulo.
GRINOVER, Ada Pellegrini *et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. Rio de Janeiro. Editora Forense Universitária.
NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2005. p. 570.
ROLLO, Alberto. *Apostila de direito do consumidor*. Disponível em: http://www.albertorollo.com.br/direitodoconsumidor.doc
SAAD, Eduardo Gabriel. *et al. Código de defesa do consumidor comentado*. 6. ed. São Paulo: LTr, 2006. p. 618.
SAAD, Eduardo Gabriel. *et al. Código de defesa do consumidor comentado*. 6. ed. São Paulo: LTr, 2006. p. 564.
TARTUCE, Flávio. *Direito Civil Série Concursos Públicos* (volumes 1, 2, 3, 4, 5, e 6). Editora Método, São Paulo.
TEPEDINO, Gustavo e outros. *Código Civil Interpretado conforme a Constituição da República*. Volumes I e II, Editora Renovar, Rio de Janeiro.