

PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP.

BEATRIZ QUINTANA NOVAES

DIREITOS HUMANOS DO CONSUMIDOR

MESTRADO EM DIREITO

SÃO PAULO

2009

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

PONTÍFICA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO – PUC/SP.

BEATRIZ QUINTANA NOVAES

DIREITOS HUMANOS DO CONSUMIDOR

MESTRADO EM DIREITO

Dissertação apresentada à Banca Examinadora como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Direito das Relações Econômicas Internacionais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sob a orientação do Professor Doutor Ricardo Hasson Sayeg.

SÃO PAULO

2009

Banca Examinadora

Ao Fabio, que me completa e me compreende.

Aos meus pais, que merecem desculpas por minha ausência.

Ao meu orientador Ricardo Sayeg, que me resgatou quando esmoreci e pensava em desistir, sendo, além de meu mestre e fonte de inspiração constante com seu brilhantismo, um querido amigo.

Pela retaguarda que me deram, ao Lauro Ishikawa, à Marcela Barbosa de Souza e ao Thiago Lopes Matsushita, que além de determinantes ao meu equilíbrio, viabilizaram a conclusão do trabalho permitindo minha dedicação a esse estudo.

As amigas Renata Cristina Lopes Pinto Martins e Juliana Antunes Ferreira Duarte, que passando pelas mesmas aflições, me deram apoio nas horas difíceis.

Aos meus irmãos Marcelo e Camila e a todos os amigos que deixei esperando, enquanto escrevia.

Se existe amor, há também esperança de existirem verdadeiras famílias, verdadeira fraternidade, verdadeira igualdade e verdadeira paz. Se não há mais amor dentro de você, se você continua a ver os outros como inimigos não importam o conhecimento ou o nível de instrução que você tenha, não importa o progresso material que alcance, só haverá sofrimento e confusão no cômputo final. O homem vai continuar enganando e subjugando outros homens, mas insultar ou maltratar os outros é algo sem propósito. O fundamento de toda prática espiritual é o amor. Que você o pratique bem é meu único pedido.

Dalai Lama.

SUMÁRIO

CAPÍTULO I. – INTRODUÇÃO – O CONSUMO E A SUA RELEVÂNCIA PÓS-MODERNA.	1
CAPÍTULO II. – HOMO ECONOMICUS.	9
CAPÍTULO III. - A DEFESA DO CONSUMIDOR E O CAPITALISMO HUMANISTA.	15
CAPÍTULO IV. – O DIREITO DE CONSUMIDOR COMO DIREITO HUMANO... CONSTITUCIONALMENTE	28 34
CAPÍTULO V - AS DIMENSÕES DOS DIREITOS HUMANOS E/OU FUNDAMENTAIS.	44
COMO DIREITO HUMANO DE 1ª DIMENSÃO	45
COMO DIREITO HUMANO DE 2ª DIMENSÃO	47
COMO DIREITO HUMANO DE 3ª DIMENSÃO	55
CAPÍTULO VI - A RELAÇÃO DE CONSUMO	58
ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO	60
CONSUMIDOR	60
FORNECEDOR	68
PRODUTO E SERVIÇO.....	82
CAPÍTULO VII - A DEFESA DO CONSUMIDOR	84
NO BRASIL	86
O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A HARMONIZAÇÃO	87
CONCLUSÃO	96

BIBLIOGRAFIA.	98
--------------------	----

SIGLAS E ABREVIATURAS

ADTC: Ato das Disposições Constitucionais Transitórias

CDC: Código de Defesa do Consumidor

PRODASEN: Secretaria Especial de Informática do Senado Federal

CNDC: Conselho Nacional de Defesa do Consumidor

CC: Código Civil

cc: cumulado com.

RESUMO

O presente trabalho pretende demonstrar que o consumidor não mais consome por opção ou nos anseios de seus caprichos, mas, sim, para satisfação de suas mais comezinhas necessidades; e, com isso, fica a mercê do fornecedor no mercado de consumo, muitas vezes, inclusive, sem opção de escolha, daí a sua patente vulnerabilidade.

Com isso, a intenção é demonstrar que antes da positivação constituição como direito fundamental, o direito do consumidor é direito humano transversal em todas as suas dimensões, porquanto inato ao homem, independentemente de outorga estatal.

Por fim, pretendemos mostrar que, não obstante o direito do consumidor ser direito humano, transversal em todas as suas dimensões, deve haver ponderação com a livre iniciativa do fornecedor, por juízo de proporcionalidade, determinado pelo princípio da compatibilização da relação de consumo.

Palavras chave: direito do consumidor, direitos humanos, direitos fundamentais, liberdade, fraternidade, igualdade, dignidade da pessoa humana, compatibilização, harmonização.

ABSTRACT.

This paper aims to demonstrate that consumers no longer consumes option or the wishes of their whims, but rather to satisfy their most needs simple things, and thereby being at the mercy of the supplier market consumption, sometimes, even without options to choose from, hence its patent vulnerability.

Thus, the intention is to demonstrate that before the patient up as a fundamental right, the consumer's right is human rights cross in all its dimensions, as innate to human beings, regardless of grant aid.

Finally, we intend to show that, notwithstanding the consumer's right be human rights, cutting across all its dimensions, must be weighted with the free initiative of the supplier, by the court proportionality, determined by the principle of reconciliation of relationship consumption.

Key words: consumer law, human rights, fundamental rights, freedom, brotherhood, equality, human dignity, alignment, harmonization.

CAPÍTULO I.

INTRODUÇÃO.

O CONSUMO E SUA RELEVÂNCIA PÓS-MODERNA.

O consumo é uma necessidade básica. Ninguém sobrevive sem consumir. Todos os dias nós consumimos algo ainda que inconscientemente e sem o *animus* de consumir.

Zygmunt Bauman afirma que:

“aparentemente, el consumo es un hecho banal, incluso trivial. Todos lo hacemos a diario, em ocasiones de manera celebratoria, cuando ofrecemos una fiesta, festejamos un acontecimiento importante o nos gratificamos por un logro particularmente relevante. Pero la mayor parte del tiempo consumimos de hecho, se diría que rutinariamente y sin demasiada planificación y sin pensarlo dos veces. En realidad, si se lo reduce a su forma arquetípica em tanto ciclo metabólico de ingesta, digestión y excreción, el consumo es una condición permanente e inamovible de la vida y un aspecto inalienable de ésta atado ni a la época ni a la historia. Desde esse punto de vista, se trata de una función imprescindible para la supervivencia biológica que nosotros, los seres humanos, compartimos con el resto de los seres vivos, y sus raíces son tan antiguas como la vida misma. No hay dudas

de que consumir es una parte integral y permanente de todas las formas de vida que conocemos, ya sea por los relatos históricos o por los informes etnográficos”¹.

Com efeito, o comportamento do consumidor é uma forma de se conhecer e conhecer a sociedade que, assim, é entendida pela compreensão da complexidade do comportamento da compra. A cultura da compra possibilita o entendimento dos consumidores, participantes ativos de uma sociedade padrão. O homem na sociedade de consumo tem múltiplos papéis e funções, culturalmente adquiridos.

O esforço em garantir a vida e o sustento, culturalmente dá ao homem, pela via de consumo, o *status* na sociedade, de forma que esse homem não apenas se paute pelo ato de compra, como também pela sociabilidade contemporânea, razão pela qual, a motivação do desse homem, tanto no trabalho, como, na produção, tem como causa de ser, culturalmente, o reconhecimento do status que isso (trabalho, produção, enfim, meio viabilizador do consumo) confere para si.

O homem que trabalha; o homem labor é o homem que no conceito liberal está pronto a usar o seu salário, a sua jornada de trabalho para validar os seus direitos. Com isso, o homem consumista é o homem ávido pelo capitalismo e pelo privilégio em consumir. Quando os direitos desse homem se mercantilizam ele sobrepõe valores sutis ao seu capital material.

Maria de Lourdes Manzini Covre, ao tratar da cidadania, afirma o poder do salário de transformar:

“o trabalhador em consumidor, servindo para estimular o consumo, e neutralizar os trabalhadores enquanto sujeitos atuantes, tornando-os sujeitos que recebem”.

¹ BAUMAN, Zygmunt. *Vida de Consumo*. . Trad. Mirta Rosenberg y Jayme Arrambide. Espanha. Fondo de Cultura Económica, 2007. p. 43.

“Desmobilizando, portanto, as organizações trabalhistas e assim, melhor servindo à acumulação de oligopólios; daí resulta um conglomerado de consumidores”².

O homem contemporâneo, culturalmente inserido nas sociedades capitalistas, onde atualmente ter o mais e o melhor é sinônimo de prospecção e sucesso pessoal, ao invés de consumir simplesmente para satisfação de suas necessidades prementes, consome hedonistamente para estabelecer seu *status* nessa sociedade.

Além disso, esse homem consome na constante busca da felicidade individual, para responder aos seus anseios e de sua família, na busca incessante da realização de seus sonhos, crescentes e mutáveis a cada ano³.

Milton Santos bem situa que:

“o consumo deixou de ser apenas um epifenômeno para se converter num lugar estrutural e autônomo de relações sociais, uma forma nova de poder, de direito e de conhecimento. Esta característica estrutural, por muito enraizada que esteja nas práticas sociais das sociedades centrais, está bem presente, de forma selectiva, nas sociedades periféricas e semiperiféricas: a cultura-ideológica do consumismo está muito mais amplamente distribuída no

² COVRE, Maria de Lourdes Manzini. *O que é cidadania?* São Paulo: Brasiliense. 1999. p. 70

³ “Com o advento da cultura de massa, o significado da felicidade foi subvertido. Na sociedade de consumo, ser feliz deixou de representar um meio como se vai e passou a ser percebido como um fim a que se chega. A felicidade, o bem-estar, o conforto e o sucesso couberam dentro de objetos e projetos de consumo. É feliz quem conquista mercadorias ou realiza sonhos. Ou – o inverso tem de ser verdadeiro – sente vazio existencial aquele que não tem esperança de alcançá-los. No discurso, essa busca apresenta-se como democrática, na medida em que é individual e possui vários níveis de satisfação. Segundo a lógica da teoria consumerista, a felicidade de um indivíduo está em encontrar sua maneira de ser e em buscar ser quem ele realmente é, por meio da auto-expressão em mercadorias e bens de consumo. A sociedade de consumo não é um movimento que impõe padrões globais de comportamentos. Antes de adapta à cultura local e utiliza características étnicas ou regionais como símbolo de autenticidade e diferenciação social. Por outro lado, atitudes de determinados nichos ou minorias são oportunidades de mercado e podem ser exploradas comercialmente sob a forma de música, culinária, turismo, estilo, etc. Seja pobre ou rico, mulher ou homem, heterossexual ou homossexual, casado ou solteiro, jovem ou idoso, negro ou branco, todos são consumidores em potencial e alvos de um convite comum, cujo apelo é este: compre sempre, mesmo que seja por impulso, não se frustre, seja um vencedor e viva com prazer. (ALEXANDRE VOLPI, *A história do consumo no Brasil*. p. 91)

sistema mundial do que a prática do consumo, e, na verdade, parece continuar a expandirem-se mesmo quando a segunda se retrai”⁴.

Zygmunt Bauman, como o “tipo ideal” de Weber, explica o consumismo como:

“um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes, e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade; uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupos, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O consumismo chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. (...) De maneira distinta do consumo, que é basicamente uma característica e uma ocupação dos seres humanos como indivíduos, o consumismo é um atributo da sociedade. Para que uma sociedade adquira esse atributo, a capacidade profundamente individual de querer, desejar e almejar devem ser tal como a capacidade de trabalho na sociedade de produtores, destacada (alienada) dos indivíduos e reciclada/reificada numa força externa que coloca a ‘sociedade de consumidores’ em movimento e a mantém em curso como uma forma específica de convívio humano, enquanto que, ao mesmo tempo, estabelece parâmetros específicos para as estratégias individuais de vida que são eficazes e a

⁴ SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. 3. ed. Rio de Janeiro. p. 276.

manipula as probabilidades de escolha e conduta individuais⁵”.

O santuário do consumo padroniza a aquisição de bens do homem labor, o homem que quita todas as suas parcelas para almejar mais o acúmulo de bens materiais, porque culturalmente isso se confunde com a busca pela felicidade; e, isto, torna-se um ciclo. Este é o consumidor contemporâneo. Este homem em busca do consumismo consome com ostentação e visibilidade econômica para que o realce seja social, com vista à felicidade.

Bauman bem esclarece que a economia consumista se alimenta do movimento das mercadorias e é considerado promissor quanto mais o dinheiro circula, mesmo que isso importe como efetivamente ocorre que os produtos estejam viajando para os depósitos de lixo, para substituição pelos novos, em razão de tornarem-se obsoletos em curtíssimo espaço de tempo. O consumo é imediatista e as novidades tecnológicas somadas às agressivas campanhas de marketing, fazem com que os consumidores estejam sempre atrás de outra rodada de compras.

Assim, o homem que trabalha é o homem que consome; e, ele está sujeito a escolhas, expectativas, incertezas, contingências, enfim, circunstâncias geridas pela tradicional vida de consumo e que não somente impelem ao homem ao consumo, mas ordenam a sociedade com padrões mutáveis, porque o homem continua constantemente insatisfeito em busca da concreção da felicidade pelo consumo.

Novamente Bauman esclarece:

“a sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo

⁵ BAUMAN, Zygmunt. *Vida de consumo*. Trad. Mirta Rosenberg y Jayme Arrambide. Espanha. Fondo de Cultura Económica, 2007. p. 41.

sonhar, mas a promessa de satisfação só permanece sedutora enquanto o desejo continua insatisfeito; mais importante ainda, quando o cliente não está plenamente satisfeito – ou seja – enquanto não se acredita que os desejos que motivaram e colocaram em movimento a busca da satisfação e estimularam experimentos consumistas tenham sido verdadeira e totalmente realizados ⁶”.

Além do que, homem que consome expõe-se a taxas, tributos, financiamentos. Essa situação de uma liberdade simulada e, ao mesmo tempo, regulada, emancipa o homem concomitantemente refém das tabulações do meio de consumo.

A liberdade de consumo é a liberdade vigiada. Verbalmente, as ações do homem social rumo ao homem do consumo perpassa questões que regem necessidades básicas para a vivência do indivíduo. Democraticamente, o homem que consome pela vivência, elege os meios básicos para que os seus direitos se façam valer. A escolha de consumo desse homem é um interesse da sociedade e da política que a rege. O mercado em acúmulo de capital é um mercado que precisa desse homem social. A cultura da sobrevivência é a cultura do consumo em potencial.

Eduardo Galeano explica que essa busca constante pela felicidade através do consumo, acaba por importar numa cultura de consumo efêmero em que:

“a cultura do consumo, cultura do efêmero, condena tudo ao desuso imediato. Tudo muda no ritmo vertiginoso da moda, posta a serviço da necessidade de vender. As coisas envelhecem num piscar de olhos e são substituídas por outras de vida não menos fugaz. Neste final de século em que só a insegurança é permanente, as mercadorias,

⁶ BAUMAN, Zygmunt. *Vida de consumo*. Trad. Mirta Rosernberg y Jayme Arrambide. Espanha. Fondo de Cultura Económica, 2007. p. 63

fabricadas para não durar, resultam tão voláteis quanto o capital que as financia e o trabalho que as gera”⁷.

A ideologia do consumismo perpassa a satisfação que é rápida, que é fugaz e que é substituível. A engrenagem do consumo é uma máquina que sustém o sistema e, diga-se, expõe o consumidor. E esse ciclo alimenta-se por uma satisfação imediatizada.

A satisfação é provisória até que se adquira nova relação de consumo com outro sujeito. Esse processo constrói identidades ao passo que exclui e gera fatores de exclusão social.

Lívia Barbosa ensina a importância:

“do reconhecimento de que o consumo é central no processo de reprodução social de qualquer sociedade, ou seja: todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural. As atividades mais triviais e cotidianas como comer, beber e se vestir, entre outras, reproduzem e estabelecem mediações entre estruturas de significados e o fluxo da vida social através dos quais identidades, relações e instituições sociais são formadas, mantidas e mudadas ao longo do tempo. Mais ainda, através do consumo atos locais e mundanos são relacionadas a forças globais de produção, circulação, inovação tecnológica e relações políticas que nos permitem mapear e sentir na vida cotidiana aspectos que de outra forma nos parecem extremamente distanciados e presentes apenas nas discussões políticas sobre as desigualdades regionais e sociais”⁸.

Enfim, pela relevância, nota-se a função social do consumo e o interesse de sua profunda análise jurídica.

⁷ GALEANO, Eduardo. *De pernas pro ar: a escola do mundo do avesso*. 8. ed. Porto Alegre: L&PM, 2005. p. 272.

⁸ BARBOSA, Lívia. *Sociedade de Consumo*. p. 13.

“Numa comunidade não há ninguém que não seja consumidor, sempre existe em qualquer um que seja uma necessidade a ser satisfeita. Nestas circunstâncias, o consumidor não contrata com o fornecedor porque optou, mas, sim, porque precisa adquirir o produto ou serviço”⁹.

Deste modo, a necessidade de aquisição do produto ou serviço por parte do consumidor acaba constituindo o direito autônomo de consumir que é inato ao homem inserido na economia, consubstanciando-se em direito humano econômico, como se verá adiante.

⁹ Práticas comerciais abusivas. p. 44/45.

CAPÍTULO II

O *HOMO ECONOMICUS*

O homem econômico – *homo economicus* - é conceito que contempla as teorias econômicas nas dimensões culturais do homem dentro da sociedade de consumo e produção. Esse homem, fragmentado socialmente, apóia-se nas leis econômicas de apoio e evidência social a partir do consumismo nas relações produtivas¹⁰.

O homem em sua fragmentação racional informa-se pelo que almeja acumular em termos de riqueza e busca atingir os seus objetivos. O *homo economicus* surge como teoria do final do século XIX e início do século XX e evidencia as questões relacionadas a teorias das finanças comportamentais. O que consumir? Como consumir? Com base em que direcionamentos sociais acumulem tal riqueza? ¹¹

As sinapses do consumo direcionam o *homo economicus* ao que ele elege como acúmulo racional de riquezas. A evolução desse homem é realizada a partir de ações como acúmulo, troca, produção, distribuição de bens em sociedade. Essa teoria econômica equivale à economia clássica de enriquecimento. Autores clássicos como David Truman, Sheldon Wolin buscaram estudar as razões sócio-econômicas que conduziriam esse homem à formação de critérios no sistema econômico industrial.

¹⁰ JURUÁ, Ceci Vieira. *O vazio na economia: o deserto e as miragens*. Disponível em: http://ecopol.socioeco.org/documents/34ceci_p.htm acessado em 10/07/2009

¹¹ ZABIEGLIK, Stefan (2002). "The Origins of the Term *Homo Oeconomicus*", Gdansk, p.123-130.

O homem operacional, o homem atuando economicamente em sociedade considera os recursos econômicos como maximização do que há de ser mensurável em sociedade. Esse modelo econômico afirma que a alocação de bens é um ponto passivo para aquele que consome.

Esse homem é fragmentado pelos recortes sociais e econômicos. A gênese social desse *homo economicus* envolve questões econômicas intrínsecas à sociedade capitalista.

O acúmulo de bens pelo *homo economicus* pode superar a quantidade de conhecimento que esse homem acumula na sociedade e pode superar o itinerário que esse conhecimento produz em sociedade. O *homo economicus* adapta esse itinerário de conhecimento ao acúmulo de bens. Bordieu diz que esse processo retrata a adaptação do homem ao capitalismo. No decorrer da história o *homo* social adapta-se ao homem econômico, este modernizado, com novos comportamentos e sob a vigilância de uma camada social predominante.

A gênese do *homo economicus* na sociedade capitalista é evocada pela tônica do empreendimento, da face empreendedora, precursora do capitalismo, pelas formas de remuneração, pelas relações de consumo, pelas relações de comercialização, pela organização social com base no bem de consumido. O homem *economicus* move-se pelo bem consumido. Para Pierre Bordieu:

“patrimônio objetivado de outra civilização, herança de experiências acumuladas, técnicas de remuneração ou de comercialização, de métodos de contabilidade, de cálculo, de organização, o sistema importado pela colonização se impõe como um cosmos no interior do qual os trabalhadores se vêem jogados e cujas

regras eles devem aprender para sobreviver¹²”.

As regras sociais em relação ao consumo pautam-se pelo conhecimento do homem e os custos de transformações que são criadas na sociedade do capitalismo. Ideologias sociais, comportamentos, atitudes formam o todo social que conduzirão o homem a acumular bens.

O *homo economicus* é uma formação do homem cuja gênese social está em se inserir na economia, movendo-se em direção aos bens de consumo sociais. Antropologicamente, esse apêndice social move-se para a riqueza a qual dá um novo recapeamento ao homem, que está em constante processo de formação pela retomada da consciência econômica.

O *homo economicus* segue o itinerário racional das suas atitudes econômicas com as variáveis do tempo e do espaço. Esse tipo de racionalização é a fragmentação que se encontra no bojo da sociedade capitalista a qual se identifica com as demais forças sociais compostas pelos seus atores na ordem política e social. Esse fator sociológico dos atores envolvidos coloca a economia e esse homem em franca luta nas sociedades modernas. Heuristicamente, a participação do *homo economicus* às condições econômicas da sociedade segue a ordem econômica local. Para Pierre Bourdieu, “a racionalização da conduta econômica supondo que toda a existência se organiza e relação a um ponto de fuga ausente, abstrato e imaginário”¹³

Pierre Bourdieu diz que o espaço e o tempo são fatores preponderantes nesse processo de fragmentação do homem para o homem *economicus*. Essa prática traduz-se em evidências econômicas no mundo capitalista. Essa atividade empírica do homem alia-se ao conhecimento e aos recortes culturais que ele acumula ao longo das transformações em função da busca econômica racional.

¹² La Production de la Croyance: Contribution à une Économie des Biens Symboliques”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. p. 13

¹³ La Production de la Croyance: Contribution à une Économie des Biens Symboliques”. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. p. 26.

Esses retoques da racionalidade econômica atuam com previsão nos cálculos e acúmulos. A produção e o consumo de bens constituem não somente um símbolo material, mas a história que este homem acumulará no valor e uso racional do bem e do respectivo consumo.

O bem cultural passa a ser a tônica do bem de consumo para o *homo economicus*. Ele tangencia as suas escolhas de acordo com as armas capitalistas as quais traduzem o instinto pela economia de bens e valores acumulados.

Ricardo Sayeg¹⁴, conclui sobre o *homo economicus*:

“Portanto, antropologicamente o *homo economicus* é simultaneamente o predador enquanto por detrás de um agente econômico, e preso, como pessoa, na selvagem economia de mercado. Daí porque se reafirma que não é resposta suficiente o humanismo antropocêntrico, pois ele, ao exaltar o individualismo e o hedonismo em nome da liberdade, acaba deixando o *homo economicus* sozinho à mercê do poder da moeda, que há de ser conformado (jamais negado) pelo humanismo antropofílico. Logo, no capitalismo os *homi economici* diuturnamente lutam, uns com os outros, pela sobrevivência na incessante busca patrimonial ou consumerista como propósito final, em estado de natureza, daí porque se dizer, com segurança, que é selvagem”.

O espaço ocupado pelo *homo economicus* abrange os bens simbólicos de gênese sócio-cultural. O homem submete-se ao capital simbólico para que a existência de agentes sociais possa refinar esse mesmo capital. As modalidades do consumo, do bem, aderem ao campo intelectual e artístico.

¹⁴ SAYEG, Ricardo H. Doutrina Humanista de Direito Econômico.

Contextualizar esse homem nessa cultura capitalista é estudar a forma como ele se move em direção aos bens e as relações de consumo, lutando por sua posição na sociedade, de acordo com a ordem econômica local.

A cultura é um legado das trocas simbólicas de bens de consumo. A relação entre uma instância econômica, uma instância cultural e uma instância social constituem a gênese do tripé para que o *homo economicus* possa se insurgir nas relações. Sob essas circunscrições pontuar-se-á no presente estudo, os direitos humanos desse *homo economicus* na qualidade de consumidor, para que o processo de consumo seja efetivo.

O *homo economicus* associa-se ao comportamento do homem social de acordo com essa mesma vivência social. Essas condições sobrepostas aos indivíduos abrem espaços para o conhecimento e a rede de relações travada para além das relações comerciais intrínsecas ao consumo.

Esses espaços do conhecimento abertos pelos agentes das relações de consumo estão suscetíveis a toda a sorte de transformação. Nele, novas tecnologias imperam versando pelos grupos dominantes que ditam o padrão de consumo servindo pelos interesses de uma macrocomunidade entrelaçada pelo *homo economicus* da sociedade.

A realização econômica do *homo economicus* contextualiza-se pelo viés social. A demanda de aquisição de bens e o trajeto percorrido por esse homem o tornam frágil e 'presa fácil' para as ocorrências não configuradas como legais à luz dos Códigos e Constituições. Acontece-se que essa discussão tem-se, pela gênese social desses atores das relações comerciais – consumidor, fornecedor, produto – e as forças a favor e contra àquele que constrói a sua história sócio-cultural a partir da aquisição de bens.

O *homo economicus* é, portanto, sempre e também o consumidor, pois, numa sociedade não há quem não seja consumidor e nessa condição é de ser considerada sua vulnerabilidade no mercado econômico na busca da satisfação de suas necessidades.

CAPÍTULO III.

A DEFESA DO CONSUMIDOR E O CAPITALISMO HUMANISTA.

Os *homi economici*, como se viu, correspondem à inserção econômica de todos na dinâmica do mercado sob pena de exclusão social.

Da análise constitucional, nota-se, no âmbito dessa inserção dos *homi economici*, três referências a condição de consumidor: a primeira no catálogo dos direitos fundamentais do artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal que determina que o Estado, na forma da lei promova a defesa do consumidor; a segunda na relação dos princípios da ordem econômica, exposta nos incisos do artigo 170, especificamente o V, que consagra como tanto a defesa do consumidor; e, a terceira, no artigo 48, do ato das disposições transitórias que determina termo cronológico para que fosse elaborado, como de fato foi, o Código de Defesa do Consumidor¹⁵.

Como se vê, estando inserto no artigo 5º, da Carta Magna, trata-se de direito fundamental, o que decorre de todas essas referências constitucionais, qual seja, a proteção do consumidor.

Portanto, como dito, proteção ou defesa do consumidor é direito fundamental.

Na verdade, aprofundando-se nisso, verifica-se que é mais do que direito fundamental constitucionalmente positivado; e sim, a defesa do consumidor é

¹⁵ Art. 5º, XXXII, CF: O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170, CF: 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;

Art. 48, ADCT: O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

direito humano inato ao homem pós-moderno, decorrente de seu direito subjetivo natural de propriedade, cuja conjugação, cooperação e complementaridade faz com os demais direitos humanos, um feixe indissociável de efetiva proteção à dignidade da pessoa humana¹⁶.

Nesse sentido, Ricardo Sayeg¹⁷ esclarece que:

“Com efeito, em meu entendimento, os direitos humanos são os direitos subjetivos naturais consistentes nos interesses indisponíveis juridicamente tutelados imanentes à essência humana constitutiva do indissolúvel núcleo comum de humanidade biocutural do Homem e de todos os Homens. Corresponde a direitos subjetivos, na clássica concepção de Jhering, porque o objeto dos direitos humanos está voltado à pretensão e à garantia jurídica da incessante preservação da dignidade da pessoa humana, em que pese ser um *status* variável evolutivo.

Depreende-se daí como direito humano o direito de consumir.

O direito de consumir, pois, está estritamente vinculado ao direito natural subjetivo de propriedade de que dá conta Ricardo Sayeg no desenvolvimento da Teoria Humanista de Direito Econômico, *in verbis*:

“A atividade econômica capitalista é o exercício, ativo ou passivo, de disposição ou apropriação, total ou parcial, do patrimônio, em regra, privado, entendido não só como a transferência da propriedade, mas também nas outras esferas de poderes inerentes ao domínio, a de usar e a de fruir. Como se vê, ela é, a princípio, o exercício privado, ativo ou passivo, da propriedade enquanto

¹⁶ “O que é certo é que os direitos humanos com todas as suas dimensões configuram um feixe indissociável, não cabendo se reconhecer uns e excluir outros, de modo que, no seu todo adensado, estruturam, dando suporte e conformação ao capitalismo”. Doutrina Humanista de Direito Econômico. Tese de Livre Docência depositada, admitida e aprovada na Faculdade de Direito da PUC/SP, atualizada e revista para publicação.

¹⁷ Doutrina Humanista de Direito Econômico.

domínio sobre as coisas. Claro é, então, que a atividade econômica, no plano jurídico, está estruturada na propriedade como domínio privado sobre o patrimônio. O domínio então se refere à liberdade sobre as coisas, que compreende na sua perspectiva objetiva o direito real sobre elas. Essa correspondente ação ou omissão específica de dispor ou apropriar as coisas, ou seja, fazê-las circular ou não, é ordinariamente conhecida, na economia, como a troca de mãos ou apropriação. Ela – a conduta econômica – independe de caráter definitivo, bastando que haja a dita troca de mãos ou apropriação, esta última que é um atributo permanente, ou seja, que se protraí no tempo e na realidade até que seja cessada. Também independe de onerosidade, muito menos, de empresarialidade, posto que todo ato oneroso ou empresarial de disposição ou apropriação da coisa é um ato econômico, porém não o inverso. Por exemplo, assim como a venda de produtos por uma empresa ao consumidor, também é ato econômico a oferta financeira dos fiéis no culto da missa, etc.”¹⁸.

Partindo-se desse estreito vínculo de causalidade entre o direito subjetivo natural de propriedade e o direito de consumir, percebe-se que o direito de consumir enquadra-se nas espécies de direito subjetivo natural decorrente da propriedade que, na verdade, significa a liberdade privada econômica, neste caso, passiva, inata a condição humana que é biocultural, como define Edgard Morin¹⁹.

Consumir, que é atividade indispensável ao meio de vida moderno, enquanto direito subjetivo natural, tem, portanto, seu enquadramento como desdobramento do direito subjetivo natural de propriedade, tendo como

¹⁸ Doutrina Humanista de Direito Econômico. Tese de Livre Docência depositada, admitida e aprovada na Faculdade de Direito da PUC/SP, atualizada e revista para publicação.

¹⁹ “o indivíduo humano, na sua autonomia mesma, é, ao mesmo tempo, 100% biológico e 100% cultural”. O Método 5, A Humanidade da Humanidade, p. 53.

direito objetivo correspondente a própria dignidade da pessoa humana²⁰, de maneira que, sem dúvida, é espécie dos direitos humanos.

Definido como direitos humanos a partir da consagração do direito subjetivo natural de propriedade, o direito de consumir está evidentemente constituído no âmbito do regime econômico capitalista, pois o consumo é próprio da pós modernidade na qual, pela divisão de trabalho, o homem contemporâneo não prospecta os bens necessários a sua subsistência, pelo contrário, emprega seus ativos financeiros auferidos de sua força de trabalho ou patrimônio suscetível de liquidez para adquirir tais bens necessários além de sua subsistência²¹, mas, sim, para dar plenitude a seu estilo de vida, satisfazendo sua auto-consciência de valor.

Sem o consumo não há modo de vida na existência pós-moderna, de maneira que, contemporaneamente, não existe aquele *homos* que não seja consumidor.

Inserido no regime econômico capitalista, mister se verificar os aspectos jurídicos do capitalismo pós-moderno com o qual o consumidor contemporâneo se relaciona.

Classicamente, o capitalismo corresponde ao liberalismo econômico fruto da imposição jurídica do iluminismo prevalecente por conta da Revolução Francesa, da Revolução Gloriosa e da Independência dos Estados Unidos da América, como também, dos demais movimentos iluministas dos séculos XVII e XVIII.

²⁰ “A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, (...) Art. 4º, CDC.

²¹ “Mais ainda, o apego a bens materiais não é nem uma característica da sociedade contemporânea nem daqueles que possuem materialmente muito. Ambos os elementos estão e já estiveram presentes de forma intensa em outras sociedades e segmentos sociais. Portanto, é fundamental distinguir a crítica moral às desigualdades e opressões geradas pelo capitalismo e pelo socialismo real – que teriam aniquilado, supostamente, com a autenticidade e o modo de vida mais orgânica das sociedades pré-industriais – da crítica moralizante sobre o consumo e a sociedade de consumo” (Lívia Barbosa, in Sociedade de Consumo, p. 12).

O liberalismo econômico se assenta no *laissez faire*²² que impõe a consciência individualista do homem livre como único direito inato à pessoa humana, de modo que a igualdade é meramente formal e a fraternidade restringe-se a mera manifestação religiosa que remete ao indivíduo banhado pela graça de Deus.

Pelo liberalismo econômico a dignidade da pessoa humana não é um valor em si, restringindo-a a um atributo da liberdade, dentro de uma concepção kantiana, como também da lockeana.

A liberdade é vista como absoluta, somente podendo ser restringida pela própria liberdade coletivamente considerada através da lei, expressão da representação da liberdade de todos, na medida em que era tida como a vontade geral da coletividade.

A propriedade neste quadro era absoluta e oponível plenamente e também totalmente disponível pela manifestação da vontade, de maneira que não se cogitava sequer em direito de consumir, mas, simplesmente em exercício pelo corolário da liberdade e propriedade.

Logo, o capitalismo liberal não combina estruturalmente com o direito do consumidor nesta perspectiva do direito de consumir ser inato à pessoa humana.

Sucedendo a concepção liberal, chegou-se a implementar o capitalismo de Estado, que tem sua estrutura teórica elaborada por Keynes, fundamentalmente pregando que o mercado deixasse de ser coordenado pela sua própria dinâmica, através da tal mão invisível de Adam Smith e passasse a ser coordenado pelo Estado, sem supressão do reconhecimento da liberdade econômica e do direito objetivo da propriedade privada.

²² “Com o *laissez-faire*, a ordem jurídica passou a garantir a plenitude da liberdade de iniciativa e do direito objetivo de propriedade, daí não admitir qualquer restrição aos respectivos exercícios, construindo-se, com base no pensamento de Adam Smith e de David Ricardo, a filosofia do Estado mínimo”. Ricardo Sayeg, in Doutrina Humanista de Direito Econômico.

Nesse contexto, a atividade comercial em corolário da liberdade com a propriedade não é tida como inata à natureza humana, pelo contrário, é entendida como uma outorga estatal²³, via de conseqüência, podendo ser absolutamente regida e sujeita à intensa intervenção do Estado.

O consumidor nessa perspectiva não é titular do direito de consumir enquanto direito subjetivo natural correspondente ao direito objeto natural de dignidade da pessoa humana, mas, sim, do direito de consumir enquanto cidadão, de maneira que, o consumo é exercício da cidadania²⁴.

Isso, sem sombra de dúvida correspondeu a um avanço no direito do consumidor, mas, não chegou a consagrá-lo como direito humano e, via de conseqüência, podendo o consumidor ter seu direito de consumir reduzido ou até mesmo suprimido pelo Estado, na medida em que é uma outorga estatal e não inato aos homens.

O estado do bem estar social, pautado nessa concepção alargada de cidadania econômica chega a dar uma resposta à população enquanto consumidor, mas, a resposta ainda é insuficiente, pois fundada na cidadania, corre-se o risco de excluir a pessoa humana, na medida em que, a qualquer pretexto, pessoas são excluídas do contrato social, como de fato ocorreu em muitas passagens da história da humanidade.

²³ José Afonso da Silva assegura que a idéia de *cidadão*, que, na Antigüidade Clássica, conotava o habitante da cidade – o cidadão– firma-se, então, como querendo significar aquele indivíduo a quem se atribuem os direitos políticos, é dizer, o direito de participar ativamente na vida política do Estado onde vive. Na Carta de 1824, por exemplo, falava-se, nos arts. 6.º e 7.º, em cidadãos brasileiros, como querendo constituir o nacional, ao passo que nos arts. 90 e 91 o termo *cidadão* aparece designando aquele que pode votar e ser votado. Estes últimos eram chamados de *cidadãos ativos*, posto que gozavam de direitos políticos. Aqueles, por sua vez, pertenciam à classe dos *cidadãos inativos*, destituídos dos direitos de eleger e ser eleito. Sendo assim, faziam parte, nas palavras de José Afonso da Silva, de uma "*cidadania amorfa*", posto que abstratos e alheios a toda uma realidade sociológica, sem referência política.

²⁴ O conceito de cidadania tem sido metodicamente equacionado por meio da noção de direitos, sejam estes civis, políticos ou sociais. Do mesmo modo, ainda que a noção de direitos seja uma categoria relacional, ou seja, uma categoria cuja aplicação supõe essencialmente uma situação de interação que abranja pelo menos duas partes e um contexto apurado, no Ocidente tem havido uma tendência à absolutização dessa noção, onde repetidamente se ouve falar nos direitos de cidadania como se estes fossem intrínsecos à pessoa do cidadão ou do indivíduo, enquanto sujeito normativo das instituições. Salienta-se que ao lado dessa distinção, e da articulação do conceito de cidadania com a noção de Estado-nação, as democracias ocidentais, além disso, têm se pautado por uma preocupação com a universalização dos direitos de cidadania entre seus concidadãos, ainda que essa ansiedade seja, por vezes, simplesmente formal.

Ricardo Sayeg em seu desenvolvimento teórico da Doutrina Humanista de Direito Econômico, dá nota das crianças judias serem proibidas de freqüentar a escola, demonstrando claramente que nos idos do regime nazista da Alemanha, os judeus, por estarem excluídos do contrato social, não tinham direito de consumir, sequer direitos fundamentais consagradíssimos, como os decorrentes da educação de seus filhos.

“A cronologia dos horrores do holocausto no terceiro *reich* de Hitler bem demonstra isso. Em 1935, aos 13 de setembro, ocorre a promulgação das leis de Nuremberg para a proteção do sangue e da honra alemã; e, aos 14 de novembro, a publicação do primeiro decreto da lei nacional de cidadania, determinando a definição do termo “judeu” e a condição de *mischling*, isto é, de sangue impuro (por essa norma a origem ariana se converte em condição indispensável para nomeações oficiais e, também, se proíbe o matrimônio entre judeus e os *mischlinges* de segunda geração). Em 1937, na primavera, os empresários judeus perdem suas empresas sem qualquer justificção legal; e, aos 12 de julho, Reinhard Heydrich, conhecido como o “carrasco”, dá ordem secreta de custódia aos profanadores da raça ariana, mesmo após terem eles cumprido pena criminal, levando-os para manicômios e coisas do gênero. Em 1938, aos 26 de março, é publicado o decreto referente à declaração obrigatória de todos os bens de propriedade de judeus de valor superior a 5.000 marcos; aos 14 de julho, é publicado o terceiro decreto da lei de cidadania do *reich*, que determinava a inscrição em registro público de todas as empresas que eram de propriedade de judeus; aos 17 de agosto, é publicado o segundo decreto da lei de troca de nomes de família e apelidos, determinando aos judeus a adição obrigatória dos prenomes Sara e Israel; no bimestre final, houve a publicação de decretos referentes à eliminação dos judeus da economia alemã, com a imposição de uma multa solidária e coletiva contra eles de

125 milhões de marcos, bem como a ordem de arianização de todas as empresas judias e o confisco de todos os bens de propriedade de judeus; aos 9 e 10 de novembro, são encarcerados mais de 20.000 judeus; e, no dia 15 desse mesmo mês, até as crianças judias foram atingidas com a expulsão delas das escolas. Em 1940, os judeus passam a ser deportados. Em 1941, aos 7 de março, é dada a ordem de trabalhos forçados aos judeus alemães; aos 31 de julho, Hermann Goering, principal fundador da Gestapo e fomentador dos campos de concentração, encarrega Heydrich da evacuação de todos os judeus europeus nos territórios ocupados pela Alemanha; a 1º de setembro, são determinadas novas limitações à liberdade de locomoção e a todos os judeus usarem a estrela amarela; e, aos 17 de setembro, começa a deportação geral dos judeus alemães. Em 1942, aos 24 de abril, houve a proibição dos judeus usarem transportes públicos; em junho, inicia o extermínio maciço de judeus em *Auschwitz*, por meio de gases; aos 18 de setembro, houve drástica redução nas rações de comida aos judeus; e, aos 30 de setembro, Hitler declara publicamente que a segunda grande guerra terá como resultado a aniquilação de todos os judeus europeus²⁵. E, aí, o terceiro *reich* segue até, felizmente, ser vencido e Hitler praticar o suicídio²⁶.

Sob o aspecto dos consumidores, além da cidadania não outorgar condições plenas a pessoa humana de ter vida digna em face da divisão de trabalho que marca a pós modernidade, diante da hipótese sempre presente e tormentosa das investidas transgressoras do Estado, ainda o capitalismo de Estado é marcado pela ineficiência e preços altos.

²⁵ Essa cronologia é apontada por Grunberger, *História Social del Tercer Reich*, pp. 489-491.

²⁶ Doutrina Humanista de Direito Econômico.

Sempre que o Estado se intromete desnecessariamente ou desmensuradamente, o custo de vida do consumidor é artificialmente elevado, em notório prejuízo do bem estar geral dele e de sua família.

Portanto, o capitalismo de Estado não foi resposta para a humanidade, muito menos para os consumidores, sendo certo que ele sucumbiu à onda neoliberal da globalização econômica planetária, sustentada teoricamente pela Escola de Chicago e batizada universalmente de regime econômico neoliberal²⁷.

Entretanto, o neoliberalismo a propósito do consumidor remete o mesmo aquele regime econômico sórdido e selvagem, no qual consome não como um capricho voluptuário, mas, sim, como meio e estilo de vida.

Pelos mesmos motivos originalmente fundamentadores da insuficiência de resposta aos consumidores que dava o liberalismo econômico tradicional, o neoliberalismo, embora mitigando tais motivos originais fundamentadores também contrariem frontalmente o direito de consumir como inato da pessoa humana, daí que a doutrina mais acanhada tenta justificar a defesa do consumidor revitalizando a idéia de cidadania e neste aspecto do Estado Providência.

Resposta absolutamente adequada para o direito do consumidor é o enquadramento dele como direito inato, ou seja, direito humano, de maneira que, ninguém, nem o Estado e a sociedade civil poderá suprimi-lo, via de consequência, podendo ser exercido na sua plenitude em adensamento e complementaridade com os demais direitos humanos em todas as suas dimensões, emergindo em equilíbrio reflexivo.

²⁷ "(...) economia de mercado, apesar de sedutora, nutriente e generosa; de outro lado, é cruel e desumana. Justamente em razão disso, na aplicação da teoria da Análise Econômica do Direito, no caso de países de significativas externalidades negativas sociais e difusas, não se pode socorrer sem reservas aos pensamentos do neoliberalismo econômico, pois a adesão incondicional provoca os efeitos indesejáveis de severos danos à concretização e satisfatividade dos direitos humanos de segunda e de terceira dimensão, uma vez que a economia afetada pelo neoliberalismo deve possuir o pré-requisito de uma cultura, estrutura e conjuntura capaz de suportar e corrigir por suas forças naturais tais efeitos indesejáveis, como adverte o professor Stiglitz". Ricardo Sayeg, *in* Doutrina Humanista de Direito Econômico.

Esta resposta somente se enquadra na concepção da Doutrina Humanista de Direito Econômico, desenvolvida pelo Professor Ricardo Sayeg, que reconhece o novo capitalismo como sendo o capitalismo humanista constitutivo da economia humanista de mercado, que assegura o liberalismo e o direito natural de propriedade, mas assiste as externalidades negativas sociais e difusas, em observância à lei natural de fraternidade.

Assim:

“Em suma, conforme a lei natural da fraternidade, o capitalismo como regime econômico, longe de ser sórdido e selvagem, muito menos um Estado centralizador, deve ser indutor do exercício do direito subjetivo natural de propriedade, com vista à concretização e satisfatividade dos direitos humanos de primeira, de segunda e de terceira dimensão, que institui uma economia humanista de mercado. (...) É, em conclusão, o reconhecimento do direito subjetivo natural de propriedade relativizado, conforme a filosofia de Locke, concretamente, agora conforme Hegel, em favor dos direitos humanos em sua perspectiva tridimensional, no qual a liberdade adensada à igualdade deve conduzir a fraternidade para o respectivo sobre-adensamento. Se de um lado, a liberdade é duplamente adensada, do outro, é ela que conduz, ou seja, por ser capitalista, o seu regime jurídico parte obrigatoriamente da liberdade. Eis o capitalismo fraterno que é o capitalismo humanista”²⁸.

Pois então, da análise do artigo 170, *caput* da Constituição Federal não me restou qualquer dúvida de que a razão reside nessa concepção do novo capitalismo, o capitalismo humanista.

²⁸ Doutrina Humanista de Direito Econômico.

O artigo 170, da Constituição Federal, inicia sua determinação constitucional pela expressão ordem econômica, de maneira que a econômica tem ordem, ou seja, regência jurídica estatal, via de consequência, desde logo descarta o liberalismo econômico que não admite referida regência.

Na seqüência, o artigo 170, da Constituição Federal destaca os fundamentos da ordem econômica, como sendo a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa.

Tais fundamentos, a iniciar pela valorização do trabalho humano, demonstram a primazia da democratização econômica, posto que como salientasse Marx, a força de trabalho é a única medida e fonte de valor, de riqueza, comum a todos os homens.

Entretanto, embora tenha valorizado o trabalho humano, em hipótese alguma procurou equiparar-se a inspirar a ditadura do proletariado como fez o manifestado comunista de Marx e Engels, pelo contrário, como outro fundamento, o art. 170, da Constituição Federal, expressamente elencou a liberdade de iniciativa que corresponde à concepção original do direito subjetivo natural de propriedade, que Locke já classificava como liberdade exterior²⁹.

Reconhecendo o direito de propriedade e ainda ele como direito subjetivo natural, que de fato é a liberdade de iniciativa, embora se valorize o trabalho humano, necessariamente, a Constituição Federal em seu artigo 170, remete a ordem econômica a um regime capitalista.

Na sequência, pela locução expressa (fim) o artigo 170, da Constituição Federal, expõe claramente o objetivo da ordem econômica, qual seja o de assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da Justiça Social.

²⁹ “O importante é que a plataforma estrutural do fenômeno capitalista é consubstanciada, exatamente, nas formulações que Locke desenvolveu, em especial de que o Homem se reuniu e formou o Estado para defender seus direitos pré-constituídos no estado de natureza, o de propriedade (liberdades externas) e o da liberdade de crença (liberdades internas), daí o direito de resistência ao Estado que os vier a violar”. Ricardo Sayeg, in Doutrina Humanista de Direito Econômico. Tese de Livre Docência depositada, admitida e aprovada na Faculdade de Direito da PUC/SP, atualizada e revista para publicação.

“Todos” evidentemente correspondem à expressão coletiva do indivíduo, ou seja, a pessoa humana, via de conseqüência, a existência digna refere-se a toda pessoa humana e dignidade da pessoa humana corresponde ao direito objetivo natural relativo ao direito subjetivo natural que consiste na universalidade dos direitos humanos.

Por óbvio, ao assegurar existência digna economicamente considerada, além da liberdade de iniciativa que já é fundamento da ordem econômica, o artigo 170, da Constituição Federal remete à Justiça Social, que deve ser entendida como a satisfatividade dos direitos sociais elencados no artigo 6º, da Constituição Federal, a saber:

“Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição”.

Isto não significa, uma vez que dignidade também corresponde à liberdade, e a todos os demais direitos inerentes ao gênero humano, que estes estejam excluídos, mas sim que, com a liberdade que já é fundamento, que pelo menos, o mínimo de igualdade no que tange ao meio estilo de vida, esteja satisfeita.

Não é demais lembrar que na moderna teoria da interpretação constitucional não mais se pauta nas antigas lições de hermenêutica, mas, sim, a constituição democrática deve ser considerada como um comando direto e tangível do povo soberano, de modo que se lê seu texto conforme o entendimento popular e, ao invés de interpretá-la busca-se concretizá-la como se estivesse dando cumprimento à vontade soberana do povo.

Logo, é por este método que deve entender o artigo 170, da Constituição Federal como linguagem tangível e dando-lhe cumprimento, ou seja,

promovendo todos os esforços de concretização, de maneira que deontologicamente considerado, embora o ser, o dever ser econômico impõe que o regime capitalista brasileiro corresponda a um capitalismo humanista, que é constituidor da economia humanista de mercado, qual seja aquela economia de mercado que consagra a liberdade sem se descuidar dos ajustes necessários na igualdade, na medida ponderada da fraternidade.

É nesse capitalismo que o direito do consumidor enquanto direito humano está inserido e dá resposta suficiente às mazelas da pós-modernidade.

CAPÍTULO IV.

O DIREITO DE CONSUMIDOR COMO DIREITO HUMANO.

Os direitos humanos são aqueles direitos inatos que o homem possui pelo simples fato de ser humano, por sua própria natureza e pela dignidade a ela inerente.

Os direitos humanos são inatos ao homem, inalienáveis, indisponíveis, irrenunciáveis, universais, imprescritíveis, interdependentes e irrenunciáveis³⁰; e; são correspondentes ao direito objetivo da dignidade da pessoa humana e a idéia de liberdade de pensamento e de expressão; de igualdade entre todos e perante a lei; e de fraternidade.

³⁰ "A previsão desses direitos coloca-se em elevada posição hermenêutica em relação aos demais direitos previstos no ordenamento jurídico, apresentando diversas características: [...]; imprescritibilidade: os direitos humanos fundamentais não se perdem pelo decurso do prazo; inalienabilidade: não há possibilidade de transferência dos direitos humanos fundamentais, seja a título gratuito, seja a título oneroso; irrenunciabilidade: os direitos humanos fundamentais não podem ser objeto de renúncia [...]; inviolabilidade: impossibilidade de desrespeito por determinações infraconstitucionais ou por atos das autoridades públicas, sob pena de responsabilização civil, administrativa e criminal; universalidade: a abrangência desses direitos engloba todos os indivíduos, independentemente de sua nacionalidade, sexo, raça, credo ou convicção político-filosófica; efetividade: a atuação do Poder Público deve ser no sentido de garantir a efetivação dos direitos e garantias previstos, com mecanismos coercitivos para tanto, uma vez que a Constituição Federal não se satisfaz com o simples reconhecimento abstrato; interdependência: as várias previsões constitucionais, apesar de autônomas, possuem diversas intersecções para atingirem suas finalidades [...]; complementariedade: os direitos humanos fundamentais não devem ser interpretados isoladamente, mas sim de forma conjunta com a finalidade de alcance dos objetivos previstos pelo legislador constituinte. Alexandre de Moraes, in Direitos fundamentais: teoria geral, comentários aos arts. 1º a 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, doutrina e jurisprudência.

A Declaração Universal dos Direitos do Homem da Organização das Nações Unidas afirma:

“Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade e em direitos. Dotados de razão e de consciência, devem agir uns para com os outros em espírito de fraternidade”.

Pensadores contemporâneos como Marshall e Bobbio assealam que, na evolução dos direitos dos homens, encontramos três grupos distintos: Direitos civis: correspondentes ao conjunto das liberdades individuais estabelecidas por meio da igualdade jurídica; compreende-se o direito de liberdade, como o direito que tende a limitar o poder do Estado e a reservar para o indivíduo, ou para os grupos particulares uma esfera de liberdade em relação ao Estado; Direitos políticos: indicativos ao exercício do poder, e são colocados por mecanismos de participação social e política. Salienta-se que os direitos políticos, segundo Bobbio são aqueles os quais concebendo a liberdade não somente negativamente, como não impedimento, mas positivamente, como autonomia apresentou como consequência a participação cada vez mais extensa, generalizada e freqüente dos membros de uma comunidade no poder político; Direitos sociais: que se proporcionam como o conjunto das garantias mínimas do bem-estar econômico, de acordo com os padrões culturais aceitos por uma sociedade. São regidos pelo signo da igualdade e apontam ao bem estar social. Enfatiza-se que os direitos sociais anunciam o amadurecimento de novas exigências podemos mesmo dizer, de novos valores como os do bem estar e da igualdade não somente formal, e que poderíamos chamar de liberdade por meio ou por meio do Estado.³¹

Sobre os direitos humanos, Ricardo Sayeg, assim posiciona:

³¹ BOBBIO, Norberto. A era dos direitos.

“Daí que, independentemente de incorporação positiva na ordem jurídica, a Declaração Universal dos Direitos Humanos, de 1948; a Declaração do Direito ao Desenvolvimento, de 1986; a Declaração e Programa de Ação de Viena da Conferência Mundial sobre Direitos Humanos, de 1993; a Declaração do Milênio, de 2000; bem como, o Memorando de Intenções sobre o Acordo Mútuo de Cooperação no Desenvolvimento e Implementação de Programas Abrangentes para a Promoção e Proteção dos Direitos Humanos no Brasil com a Organização das Nações Unidas, de 2000; e, as demais que vierem a ser proclamadas, por corresponderem a elementos significativos do sistema de referência da dignidade da pessoa humana, explicitam os direitos humanos que são válidos e eficazes por lei natural e conformam o direito positivo”. Segundo o professor Radbruch, da Universidade de Heidelberg: “há também princípios fundamentais de direito que são mais fortes do que todo e qualquer preceito jurídico positivo, de tal modo que toda lei que os contrarie não poderá deixar de ser privada de validade. Há quem lhes chame de direito natural e quem lhes chame de direito racional. Sem dúvida tais princípios acham-se, no seu pormenor, envoltos em graves dúvidas. Contudo o esforço de séculos conseguiu extrair deles um núcleo seguro e fixo que reuniu nas chamadas declaração de direito do homem e do cidadão, e fê-lo com um consentimento de tal modo universal que, com relação a muito deles, só um sistemático cepticismo poderá levantar ainda quaisquer dúvidas.” Deve-se ter bem claro que a pessoa humana não se classifica como coisa, porque não é objeto do livre arbítrio de outrem. A liberdade é inata ao Homem, tendo em vista que, segundo Kant: “a pessoa humana é autodeterminada e, não se submete por natureza a vontade alheia, via de consequência, não é apropriável. A liberdade é o atributo inato ao homem, do qual decorre a igualdade jurídicoformal entre todos, a que se referem Kant, para quem é a “independência de ser obrigado por outros

mais do que se pode, por sua vez, obrigá-los”; que lhe assegura a autodeterminação que, por sua vez, outorga-lhe consciência do próprio valor”. Portanto, o Homem não tem preço; pois, pelo contrário, tem a consciência do próprio valor, o que significa: dignidade. Em suma, conforme Kant há “o direito da humanidade em nossa própria pessoa”; tanto que se referindo a Kant, o professor Comparato assevera que: “daí decorre, como assinalou o filósofo, que todo homem tem dignidade e não um preço, como as coisas.” Aliás, com a devida vênia, eis a razão de ser inaceitável o posicionamento de que a dignidade da pessoa humana é um direito-custo, precificando-a. Posicionamento esse, por obvio, flagrantemente colidente com a lei universal da fraternidade e, conseqüentemente, com os ensinamentos de Jesus Cristo. Em decorrência, com segurança, é de se concluir que a tutela jurídica dos direitos humanos tem como direito objetivo correspondente a dignidade da pessoa humana, que é a síntese dos direitos naturais objetivos de liberdade, igualdade e fraternidade, do Homem e de todos os Homens, portanto, vigente e eficaz independente de positivação, uma vez que o “direito inato é aquele que pertence a todos por natureza”; embora no Brasil a dignidade da pessoa humana esteja positivada no artigo 1º, III, da Constituição Federal. Todos os direitos humanos, que são direitos subjetivos naturais, assim, convergem para o específico direito objetivo natural da dignidade da pessoa humana, de modo que a concretização daqueles represente o exercício deste. Então, direitos humanos não se interpretam; e, sim, se concretizam, isto é, se executam diante das realidades com o fim específico de consecução da dignidade da pessoa humana. Tanto que, topograficamente analisado na sua positivação pela Constituição Federal, o princípio da dignidade da pessoa humana está abaixo da soberania e da cidadania; e, assim, não tem a proeminência sobre toda a ordem jurídica tal como lhe confere pacificamente a jurisprudência do Supremo

Tribunal Federal; via de conseqüência, demonstrando que, de fato, esta proeminência é atributo do imperativo de direito natural objetivo que representa. Disso se depreendem as dimensões dos direitos humanos, direitos inatos que, além do que pensava Kant, são três; a da liberdade inata; a da igualdade inata; e, a do valor existencial do Homem e de todos os Homens que implica a fraternidade inata, as quais correspondem aos elementos estruturantes de um só núcleo, que consiste no feixe indissociável essencial constitutivo da humanidade imanente do Homem e de todos os Homens que, em decorrência, atribui à pessoa humana valor por si, ou seja, dignidade. Ressaltando-se, que há posicionamentos respeitabilíssimos como o do professor Paulo Bonavides, da Universidade Federal do Ceará, entendendo que os direitos fundamentais tenham cinco dimensões. Os direitos humanos não são, portanto, valores, muito menos, princípios programáticos e destituídos de qualquer normatividade, tendo em vista que a respectiva impositividade emana da lei universal da fraternidade, quanto a qual, segundo o professor Goffredo Telles Jr., “a lei não é, somente, a lei efetivamente formulada pelo homem. Também é lei a lei não formulada, mas formulável por uma inteligência abstrata” Cumprindo, então, ressaltar que são inadmissíveis as reflexões minimalistas que venham a enquadrar os direitos humanos como valores ou princípios, pois lhes suprime a natureza concretizável e satisfável, em decorrência, a sua aplicação per si no caso real com fim a consecução do direito objetivo de dignidade da pessoa humana. Logo, como direitos naturais subjetivos, os direitos humanos passam a ostentar-se como pretensão garantida pela ordem jurídica, conseqüentemente, concretizáveis e satisfáveis, em que a concretização corresponde à pretensão real exercível e à satisfatividade ao respectivo resultado do exercício enquanto consecução do direito objetivo de dignidade da pessoa humana. A peculiaridade é que, referindo-se

os direitos humanos à essência humana constitutiva de um só indissolúvel núcleo comum de humanidade biocutural do Homem e de todos os Homens; eles (direitos humanos) existem como um feixe indissociável, uma universalidade jurídica inquebrantável, de modo que, conseqüentemente, são concretizáveis nesta universalidade e jamais separadamente. Não se recortam ou segregam os direitos humanos de sua universalidade jurídica. São eles somente executáveis em conjunto, sob pena de ruptura desse feixe indissociável e prevalência de uma dimensão sobre outra perante do caso real, que sem dúvida prejudica a consecução do direito objetivo da dignidade da pessoa humana. Os direitos humanos representam um todo em correspondência Homem e todos os Homens. É inaceitável a concretização das dimensões dos direitos humanos sem as outras. A dignidade da pessoa humana referindo-se ao núcleo dos direitos humanos está no adensamento entre a liberdade, a igualdade e a fraternidade, emergindo do respectivo equilíbrio reflexivo. Explico: De que vale a dignidade da pessoa humana sem liberdade? Sem igualdade? Ou, sem fraternidade? Sem liberdade haverá a tirania da igualdade. Sem igualdade, a tirania da liberdade. E, sem fraternidade, liberdade e igualdade são incompatíveis. Desta sorte, os direitos humanos por serem inatos, referentes ao núcleo comum essencial de humanidade biocutural do Homem e de todos os Homens, não se submetem ao Estado, nem mesmo à própria sociedade civil, uma vez que, como demonstrou Locke, o pacto social não alcança a essência humana assegurada objetivamente pelo direito objetivo da dignidade que continua de titularidade absoluta do Homem e de todos os Homens; assim, pelo contrário, os direitos humanos conformam toda a ordem jurídica e se aplicam a todo caso concreto.”

CONSTITUCIONALMENTE.

Ricardo Sayeg, referindo que os direitos humanos são mais amplos que os direitos fundamentais, apontam que: “Essa é a razão pela qual os direitos humanos não se confundem com os direitos fundamentais, uma vez que os direitos fundamentais são mais restritos e tratam-se da positivação constitucional dos direitos humanos e de outros valores tidos desse gênero, de maneira que, os direitos fundamentais são a explicitação por meio da positivação de certa concepção de direitos humanos e outros valores, que é promulgada pelo Estado para maior segurança de concretização e satisfatividade. Enfim, apesar do estreito vínculo, os direitos humanos são muito mais amplos determinados por direito natural, logo inatos ao Homem e todos os Homens e não se confundem com os direitos fundamentais. Por exemplo, no Brasil, no artigo 5º, da Constituição Federal, no rol dos direitos fundamentais se autoriza a prisão civil do depositário, em dispositivo manifestamente colidente com os direitos humanos, que acabou sendo abolida pela jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, como se vê no HC 90172/SP. Além do que, positivamente analisada, a Constituição Federal trata de ambos expressamente como categorias jurídicas próprias; e, ao fazê-lo, dispensa aos direitos fundamentais diferentemente tratamento distinto ao que dá aos direitos humanos, jamais se referindo a ambos como sinônimos, apesar de estritamente relacionados pelo artigo 5º. Claro está que, os direitos humanos, embora não estejam positivados, conformam toda a positivação e, como se viu, até a mesma positivação constitucional dos direitos fundamentais; justificando, na sua defesa, o direito de resistência exatamente como propunha Locke”.

Assim sendo, no seu enquadramento como direito fundamental, a Constituição Federal de 1988 faz menção à palavra “consumidor”, seis vezes, em todo o seu texto. São elas: artigo 5º, inciso XXXII; artigo 24, inciso VIII; artigo 150, § 5º; artigo 155, § 2º, inciso VII; artigo 170, inciso V; e, artigo 48, da ADCT.

Para o presente estudo, somente analisaremos os artigos 5º, inciso XXXII; artigo 170, inciso V; e, artigo 48, da ADCT. Entretanto, sempre partindo da premissa de ser fundamento do Estado Democrático de Direito, dentre outros, a dignidade da pessoa humana e os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, *ex vi* do artigo 1º, III e IV, da CF; bem como, que constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil, construir uma sociedade livre, justa e solidária; garantir o desenvolvimento nacional; e, erradicar a pobreza e reduzir as desigualdades, na forma do artigo 3º seguinte.

A defesa do consumidor é, além de direito humano, para a sua concretização, foi reconhecida, também, como direito fundamental consagrado no rol das garantias fundamentais do artigo 5º da Carta Magna.

E ao inserir a defesa do consumidor como garantia fundamental, o constituinte já reconheceu a desigualdade entre fornecedor e consumo, via de conseqüência, a tamanha vulnerabilidade do primeiro que depende do ato de consumir para sobreviver, de modo a merecer a proteção especial como direito fundamental.

Nesse aspecto de garantia fundamental, a defesa do consumidor tem a finalidade de assegurar a dignidade da pessoa humana do consumidor, justamente o fundamento do Estado Democrático de Direito (art. 1º, III, CF).

Maria Helena Bodin de Moraes³² ensina que: (I) a dignidade é valor universal; (II) a dignidade não se submete a hierarquia ou gradação; (III) mesmo que um indivíduo não reconheça a dignidade nos outros, esse valor não lhe será excluído; (IV) dignidade está associada à autodeterminação e autonomia; (V) Por todos serem humanos, pertencem a uma comunidade moral, na qual o imperativo categórico seria o de todos agirem com respeito e consideração recíprocos; (VI) Devem ser respeitadas as diferenças, as peculiaridades, o modo de ser.

³² *Danos à pessoa humana, uma leitura civil constitucional dos danos morais.*

Conforme os ensinamentos de Kant³³, juridicamente, a dignidade humana deve ser compreendida como os valores ético-sociais inerentes ao ser humano, sem os quais perde ele essa qualidade e isso engloba não só os direitos pessoais, como os direitos coletivos, daí porque é o direito objetivo respectivo aos direitos humanos em todas as suas dimensões.

Para André Franco Montoro:

“Primeiro, que acima das leis emanadas do poder dominante, há uma lei maior de natureza ética e validade universal. Segundo, que o fundamento dessa lei é o respeito à dignidade da pessoa humana. Que a pessoa humana é o valor fundamental da ordem jurídica. É a fonte das fontes do direito”³⁴.

Então, a proteção constitucional do consumidor tem razão de ser na dignidade da pessoa humana na qual está compreendida a isonomia, de modo a garantir uma forma de alcançar os objetivos da sociedade de consumo de satisfação de suas necessidades reconhecida sua vulnerabilidade no mercado de consumo.

Eis ao foco: valorizar a dignidade apregoada pela Constituição, visando à proteção do vulnerável e de sua dignidade humana, com vias a isonomia das partes na relação de consumo. A dignidade é um elemento nuclear da Constituição que também se constitui como escopo dos preceitos e relações econômicas.

³³ “Age de tal maneira que uses a humanidade, tanto na tua pessoa como na pessoa de qualquer outro, sempre e simultaneamente com um fim e nunca como um meio.” (Kant, Immanuel. *A metafísica dos costumes*. São Paulo, Edipro, 2003, p. 233).

³⁴ Cultura dos Direitos Humanos, artigo inserido na obra Direitos Humanos – Legislação e Jurisprudência, vol. I, p. 23.

A dignidade espelhada pelos direitos fundamentais na constituição, segundo a Professora Maria Helena Bodin de Moraes, tem como ponte de partida:

“a denominada harmonia que advém do texto constitucional uno, derivado do princípio da unidade da Constituição, em que os princípios mesmo se esparsos no texto constitucional devem ser lidos de forma integrativa, em harmonia; caso haja conflito de direitos fundamentais a solução dá-se pela técnica de ponderação de interesses. É, portanto, erro rotundo, afirmar que os direitos fundamentais são absolutos. Eles encontram limites na sobrevivência do núcleo mínimo de outro direito fundamental que os afasta no caso concreto”.

Sobre a defesa constitucional do consumidor se fundar na dignidade da pessoa humana, imbricada na igualdade, eis a valiosa lição de Ronaldo Alves de Andrade:

“o princípio da dignidade humana, embora distinto, imbrica-se com o princípio da igualdade porque o tratamento igualitário é apto a fazer preservar a dignidade humana e, havendo esse tratamento, será observado o princípio da solidariedade, pois se determinado tratamento jurídico é digno para uma pessoa, também o será para as demais”

A proteção dada aos consumidores aborda o direito do próprio consumidor como uma experiência intangível, submetida à regulação para que a segurança social do indivíduo seja garantida, via de consequência, a compatibilização das partes no contrato ou na relação de consumo.

Logo, proteger o consumidor é além de um direito humano, também, um direito fundamental, que a ele cabe como forma de modernizar e respaldar o constitucionalismo econômico. Este vela os princípios fundamentais

inerentes a condição social do homem. A ação do Estado manifesta de forma imperativa o interesse de proteção nas relações de consumo de modo a evitar os abusos.

Os direitos fundamentais são elementos essenciais e parâmetros sociais para que as regulações sejam aplicadas e as questões concretizadas. Os direitos fundamentais são um exercício da práxis e dos conteúdos principiológicos a experimentar a função normativa dos princípios constitucionais.

Fernando Costa de Azevedo, afirma que:

“inseridos no texto constitucional os princípios, entendidos como espécies de normas jurídicas, enunciam os valores pelos quais se deve orientar todo o ordenamento jurídico infraconstitucional. Deste modo, cabe precisar a recepção, na CF, de 1988, dos princípios norteadores da chamada Ordem Econômica, onde a defesa do consumidor surge como um desses princípios. Em suma, a defesa do consumidor como princípio de ordem econômica é norma constitucional de aplicação imediata. Isso implica a afirmação de que o Estado não poderá fugir ao compromisso de agir no sentido de efetivar a realização do significado (valor) implícito no mencionado princípio, qual seja o de que o consumidor, por ser a parte mais vulnerável nas relações de consumo, merece uma tutela jurídica especial, cujo escopo maior consiste em equilibrar essas relações econômicas que envolvem a prestação e o consumo de bens (produtos) e atividades econômicas (serviços) ³⁵.

Essa proteção fundamental do consumidor das afirmações constitucionais tal como manda a otimização das regulações seguindo a função de realizar algo no que tange a realidade jurídica. Proteger o consumidor é

³⁵ Defesa do Consumidor e Regulação, p. 73.

garantir o propósito de aplicação dos seus direitos fundamentais na ordem econômica.

Em decorrência, para dar efetividade à defesa do consumidor enquanto garantia fundamental, que visa à dignidade da pessoa humana e nisto compreendida a marcha da liberdade, igualdade e fraternidade na ordem econômica, o artigo 48, da ADCT, estabeleceu que “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

Como dão conta Ada Pellegrini Grinover e Antonio Hermam de Vasconcellos Benjamin³⁶, não obstante antes mesmo da promulgação da

³⁶ “Desse trabalho conjunto, longo e ponderado resultou a reformulação do anteprojeto, que veio a ser publicado no DO de 4 de janeiro de 1989, acompanhado do parecer da comissão, justificando o acolhimento ou a rejeição das propostas recebidas. Mas os trabalhos da comissão não pararam aí. A publicação do anteprojeto ocasionou novas sugestões, inclusive dos membros do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, todas devidamente levadas em consideração. Novos encontros seguiram-se, continuando o anteprojeto a ser amplamente discutido pelos segmentos interessados. A comissão fez mais revisões, levando em consideração o substitutivo do Ministério Público em São Paulo - Secretaria de Defesa do Consumidor, que acabaria sendo incorporado pelos substitutivos do deputado Geraldo Alkmin. A Comissão de Juristas do CNDC prestou especial atenção às proposições e sugestões dos juristas brasileiros e estrangeiros reunidos no I Congresso Internacional de Direito do Consumidor, realizado em São Paulo, de 29 de maio a 2 de junho de 1989. Foram extremamente importantes as observações dos professores Thierry Bourgoignie, presidente da Comissão de Elaboração do Código do Consumidor da Bélgica e único membro estrangeiro da Comissão de Elaboração do Código do Consumo francês, Ewoud Hondius, da Universidade de Utrecht, Holanda, Eike von Hippel, do Max Planck Institut, de Hamburgo, Alemanha, Norbert Reich, do Zen-trun fur Europäische Rechtspolitik, da Universidade de Bremen, Alemanha, e Mário Frola, da Universidade de Direito do Consumo. Finalmente, quando da constituição da Comissão Mista do Congresso Nacional, incumbida de apresentar Projeto do Código de Defesa do Consumidor, a comissão - notadamente por intermédio de Ada Pellegrini Grinover, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin e Nelson Nery Júnior - assessora o relator, dep. Joaci Góes, na consolidação dos projetos legislativos existentes, a partir principalmente dos apresentados pelos deputados Geraldo Alkmin Filho e Michel Temer. Dessa consolidação, amplamente discutida em debates públicos, dos quais participaram segmentos interessados e a sociedade civil em geral, inclusive pela OAB/CF, surgiu o substitutivo da Comissão Mista, que acabaria finalmente se transformando no Código de Defesa do Consumidor. Assim foi que esse longo e democrático trabalho de gestação, que envolveu pessoas físicas e jurídicas, entes e associações, representantes dos consumidores e dos fornecedores de produtos e serviços, tendo como fonte e raiz o trabalho da comissão, foi por esta acompanhado em todas as suas etapas, resultando finalmente num Código que é de encontro, equilíbrio e consenso e que representa a síntese de um esforço coletivo. No entanto, é forçoso reconhecer que a própria técnica, aberta e transparente, utilizada para a elaboração do texto definitivo, que incorporou muitas novidades em relação aos projetos primitivos, acabou resultando em defeitos formais do Código, com diversos erros de remissão e, em alguns casos, em falhas mais graves, com uma certa ruptura do sistema. Tão logo foi divulgado o primeiro anteprojeto da comissão do CNDC, antes mesmo da sua revisão e publicação no Diário Oficial de janeiro de 1989, alguns deputados, que a ele tiveram acesso, apresentaram-no como Projetos: primeiro, o de nº 1.149/88, do dep. Geraldo Alkmin Filho; depois, o de nº 1.330/88, da dep. Raquel Cândido, seguido pelo de nº 1.449/88, do dep. José Yunes. Ainda em 1988, o dep. Alkmin apresentou um substitutivo a seu primeiro Projeto, que lhe foi apensado, e que trazia algumas novidades com relação ao trabalho da comissão, especialmente extraída do substitutivo MP-SP/Secretaria de Defesa do Consumidor. A publicação do anteprojeto, revisto pela comissão, provocou a apresentação de novos Projetos legislativos, nele calçados: é o caso do Projeto nº 97/89, do sen. Jutahy Magalhães, e do Projeto nº 01/89, do sen. Ronan Tito, este último incorporando sugestões de membros do CNDC que não haviam sido acolhidas pela comissão. Finalmente, a comissão entregou versão mais adiantada e aperfeiçoada de seu anteprojeto, resultante dos inúmeros

Constituição de 1988, no âmbito do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor já estivesse constituída comissão com o objetivo de apresentar o Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor, somente após sucessivos trabalhos da Comissão o Projeto acabou sendo sancionado, com vetos parciais e publicado aos 12 de setembro de 1990, como Lei 8.078/90.

Objetivamente à defesa do consumidor, ainda, como princípio norteador da ordem econômica, encontra-se estampada no artigo 170, da Constituição Federal, para dissertar a respeito, melhor analisar o *caput*, do referido dispositivo constitucional:

“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:

...

subsídios e sugestões que havia recebido, ao dep. Michel Temer, que a apresentou como Projeto nº 1.955/89. Pode-se, portanto, afirmar, como aliás reconhecem os parlamentares autores dos projetos legislativos, que todos estes têm como matriz o trabalho desenvolvido pela comissão instituída pelo CNDC, espelhando cada qual as diversas fases, mais ou menos adiantadas, pelas quais ele havia passado. Somente o Substitutivo Alkmin, apesar de guardar grande semelhança com o original, dele se distanciava em alguns pontos. O Senado adiantou-se à Câmara dos Deputados na tramitação de seus Projetos e, após diversas audiências públicas, acabou aprovando o Projeto Jutahy Magalhães, ao qual havia sido fundido o Projeto Ronan Tito. Mas, antes que o Projeto chegasse à Câmara, o Congresso Nacional, com fundamento no art. 48 do Ato das Disposições Transitórias, constituiu Comissão Mista destinada a elaborar Projeto do Código do Consumidor. Presidiu a Comissão Mista o sen. José Agripino Maia, sendo seu vice-presidente o sen. Carlos Patrocínio e relator o dep. Joaci Góes. Distinguindo com sua confiança os membros da comissão do CNDC, por intermédio de Ada Pellegrini Grinover, Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin e Nelson Nery Júnior, o relator da comissão incumbiu-os de preparar uma consolidação dos trabalhos legislativos existentes, a partir do quadro comparativo organizado pela PRODASEN. Verificados, assim, os pontos de convergência e divergência, pudemos preparar um novo texto consolidado, que tomou essencialmente por base o Projeto Michel Temer - que espelhava a fase mais adiantada dos trabalhos da comissão - e o Substitutivo Alkmin, que oferecia algumas novidades interessantes. Para debate dos pontos polêmicos do Código e apresentação de sugestões, a Comissão Mista realizou ampla audiência pública, colhendo o depoimento e as sugestões de representantes dos mais variados segmentos da sociedade: indústria, comércio, serviços, governo, consumidores, cidadãos. A absoluta transparência e a isenção do relator da Comissão Mista criaram um clima de conciliação, em que se pôde chegar ao consenso, adotando-se posições intermediárias, que atendiam a todos os interessados. É mister salientar, nesta fase, a importante obra de mediação e colaboração do Dr. Bruno Onurb. Finalmente, o Projeto da Comissão Mista, publicado a 4 de dezembro de 1989, recebeu novas emendas, até ser aprovado pela própria comissão e, a seguir- superados alguns problemas procedimentais -, pelo Plenário, durante a convocação extraordinária do Congresso, no recesso de julho de 1990. Enviado à sanção presidencial, o Projeto acabou sendo sancionado, com vetos parciais, e publicado a 12 de setembro de 1990, como Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990”. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos Autores do Anteprojeto, 8ª Ed. p. 2/4.

V - defesa do consumidor”.

Ricardo Sayeg diz que, se o artigo 170, *caput*, da Constituição Federal, denomina “ordem econômica”, significa que a economia tem uma ordenação, ou seja, a sua regência jurídica.

Significa dizer que a ordenação da economia é sustentada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, isto é, no instrumento de recolocação do homem na sociedade e na atividade econômica.

Principalmente quer dizer que a ordem econômica tem a finalidade, o objetivo precípua, de assegurar a todos, ou seja, a cada um individualmente, e a coletividade de pessoas, ainda que indeterminada, existência digna, conforme os ditames da Justiça Social.

Sendo que, os ditames da Justiça Social, ainda que entendidos como patamares mínimos, remetem aos direitos sociais do artigo 6º, da Carta Magna, quais sejam a educação, a saúde, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparado.

Recapitulando, a economia, em sua regência jurídica, sustentada na liberdade da atividade econômica e na valorização do trabalho humano, tem a finalidade de assegurar a cada um e a todos, a respectiva dignidade, observados os direitos sociais mínimos do artigo 6º, da Constituição Federal, observados diversos princípios, dentre eles, a defesa do consumidor.

Por conseguinte, a defesa do consumidor é princípio constitucional inserido no capítulo dos princípios gerais da ordem econômica. Isso importa que toda atividade econômica devamos observar a defesa do consumidor e, aquela que não observar estará, em decorrência, deixando de atender a finalidade ao artigo 170, da Constituição Federal.

Logo se vê, que a opção constitucional foi capitalista, mas, não de um capitalismo sórdido e selvagem, afastando a possibilidade de subjugação econômica do consumidor, mas, assegurando a ele, e a todos existência digna conforme os ditames da justiça social, isto é, um capitalismo focado na dignidade da pessoa humana.

Nesse sentido:

“A figura do consumidor é objeto de especial proteção dentro do próprio texto constitucional. Ressaltam-se os artigos 5º, V, X, XXXII, e ainda o artigo 170, V, da Lei Maior, que, segundo Fabio Konder Comparato, deve ser interpretado em linha de complementação: o Direito do Consumidor passa a ser examinado como princípio vetor da ordem econômica (dimensão social) e direito fundamental da pessoa (dimensão individual), sendo neste último plano implementado na ordem jurídica ordinária pelo Código de Defesa do Consumidor, o qual permitiu a plena eficácia do texto constitucional” (Flávia Viveiros de Castro. Danos à pessoa nas relações de consumo: uma abordagem civil e constitucional. p. 24).

“Por isso o texto do art. 170, não afirma que a ordem econômica está fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa e tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, senão que ela deve estar – vale dizer, tem de necessariamente estar – fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, e deve ter – vale dizer, tem de necessariamente ter – por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social. A perfeita compreensão dessa obviedade é essencial, na medida em que informará a plena compreensão de que qualquer prática econômica (mundo do ser) incompatível com a valorização do trabalho humano e com a livre iniciativa, ou que conflite com a existência digna de todos, conforme os

ditames da justiça social será adversa à ordem constitucional” (Eros Roberto Grau, A Ordem econômica na constituição de 1988, p. 195).

“Clara é, pois, a identificação das normas jurídicas do CDC com as características do Direito Econômico. Por essa razão, pode-se afirmar que o Código está estruturado para atender a uma lógica econômica normativa (dever-ser). Ou seja, o CDC existe em função de um princípio constitucional da ordem econômica (art. 170, V, da CF), que pretende, acima de tudo “... Assegurar a todos uma existência digna, conforme os ditames da justiça social.” A esta lógica econômica normativa contrapõe-se uma lógica econômica fática (ser), responsável pela dinâmica social das relações de consumo. (Fernando Costa de Azevedo, Defesa do Consumidor e Regulação, p. 79)

CAPÍTULO V.

AS DIMENSÕES DOS DIREITOS HUMANOS E/OU FUNDAMENTAIS.

Outrossim, definido que o direito do consumidor enquadra-se no conceito dos direitos humanos, é importante consignar que atualmente eles se revelam em dimensões. Sobre as dimensões dos direitos humanos eis as palavras de Burns H. Weston *apud* Flávia Piovesan:

"(...) A este respeito, particularmente útil é a noção de "três gerações de direitos humanos" elaborada pelo jurista francês Karel Vasak. Sob a inspiração dos três temas da Revolução Francesa, estas três gerações de direitos são as seguintes: a primeira geração se refere aos direitos civis e políticos (*liberté*); a segunda geração aos direitos econômicos, sociais e culturais (*égalité*); e a terceira geração se refere aos novos direitos de solidariedade (*fraternité*). (...)³⁷".

Sendo que, a primeira dimensão dos direitos fundamentais surgiu com as revoluções burguesas dos séculos XVII e XVIII. Essa geração de direitos é inspirada nas idéias do iluminismo racionalista e funda-se no liberalismo clássico. Daí porque são os chamados direitos de liberdades destinados aos indivíduos. É unânime a definição de que a primeira dimensão dos direitos humanos contempla as liberdades negativas, que trazem em si comandos de abstenção ao Estado, limitando a atuação deste em face das liberdades públicas fundamentais imanentes ao indivíduo.

³⁷ Flávia Piovesan.

A segunda dimensão dos direitos fundamentais, por sua vez, são os direitos sociais, econômicos e culturais, os quais impõem ao Estado uma prestação positiva (obrigação de fazer/implementar) algo de natureza social em favor do indivíduo. Assim é de se afirmar que os direitos humanos de segunda dimensão traduzem-se, portanto, em direitos de participação, que obrigam políticas públicas asseguradoras do efetivo exercício dos direitos sociais dos indivíduos. Daí, essa segunda dimensão dos direitos humanos, contempla a igualdade entre os indivíduos.

Por sua vez, o direito humano de terceira dimensão, também chamados de direitos de fraternidade ou de solidariedade, tem como destinatário o próprio gênero humano e decorrem da reflexão de temas como o desenvolvimento, à paz, ao meio ambiente etc. Por essa razão, são naturalmente difusos e coletivos³⁸.

Visualizada as dimensões dos direitos humanos, mister enquadrar o direito humano do consumidor nessas três dimensões.

Pois bem.

COMO DIREITO HUMANO DE 1ª DIMENSÃO.

Evidente que o direito de consumir está enquadrado nos direitos humanos de primeira dimensão na medida em que tem como traço nuclear a liberdade contratual, correspondente a não intervenção do Estado no que tange a seu direito essencial de escolha.

³⁸ "(...) adota-se o entendimento de que uma geração de direitos não substitui a outra, mas com ela interage. Isto é, afasta-se a idéia da sucessão "geracional" de direitos, na medida em que acolhe a idéia da expansão, cumulação e fortalecimento dos direitos humanos consagrados, todos essencialmente complementares e em constante dinâmica de interação. Logo, apresentando os direitos humanos uma unidade indivisível, revela-se esvaziado o direito à liberdade, quando não assegurado o direito à igualdade e, por sua vez, esvaziado revela-se o direito à igualdade, quando não assegurada à liberdade". Flavia Piovesan in *Temas de direitos humanos*.

Juridicamente analisando, não há como negar do consumidor a existência da liberdade contratual, ou seja, pelo prisma jurídico, o consumidor consome aquilo que bem entender, havendo intervenção mínima do Estado, no tocante a isso.

A liberdade contratual tem por retrospectiva a liberdade privada, via de conseqüência, o direito subjetivo natural de propriedade enquanto liberdade externa inata ao ser humano que por conta disso é indisponível se não através da manifestação da própria liberdade, diante da autonomia da vontade.

Não obstante a indisponibilidade, por tratar-se da liberdade inata ao ser humano economicamente considerada, o direito de consumir sempre se referirá a uma liberdade negativa, porquanto autoriza esse direito subjetivo natural de propriedade que representa as liberdades exteriores em correspondência ao direito objetivo natural de propriedade privada ser direito humano de primeira dimensão ao qual se adensará os direitos humanos desta e das demais dimensões reveladas.

Ricardo Sayeg bem posiciona:

“A lei natural individual é o reconhecimento não positivado, dos direitos humanos de primeira dimensão, as liberdades negativas, que são as liberdades internas e as externas do Homem, compreendendo-se estas últimas como as decorrentes do direito natural subjetivo de propriedade. Têm sua correspondência com o Homem livre, assegurando-lhe seus direitos constituídos no estado de natureza. Por isso que a princípio a propriedade é privada, porque é do Homem livre. Essa lei natural é base do capitalismo. Por isso que o capitalismo não necessita estar escrito em um diploma normativo positivo. Ele cabe sempre repetir, existe independentemente de positividade. Essa é a razão pela qual nas livres relações econômicas internacionais, apesar de não existir um poder soberano supranacional positivador, o sistema é capitalista e

juridicamente ordenado. A globalização econômica é capitalista e juridicamente ordenada. Assim como a Inglaterra que sequer positivou sua Constituição; ou os Estados Unidos da América que, em sua Constituição, também, sequer positiva diretamente a propriedade para reconhecê-la, conforme destacado anteriormente³⁹.

Entretanto, conquanto juridicamente o direito do consumidor esteja enquadrado na primeira dimensão dos direitos humanos por força da liberdade contratual, o fato é que economicamente o consumidor é a peça vulnerável da econômica e tem essa liberdade prejudicada em razão de sua própria vulnerabilidade.

A vulnerabilidade do consumidor não obstante seja “pré-jurídica, assim como a dignidade da pessoa humana, portanto, sempre esteve presente na existência humana como realidade inerente⁴⁰”, foi reconhecida explicitamente no art. 4º, I, da Lei 8.078/90, bem como, implicitamente, pela Constituição Federal, pelas três vezes a que se refere ao consumidor sempre o faz no sentido de protegê-lo, deixando claro que é a parte vulnerável e sujeita a práticas comerciais abusivas.

COMO DIREITO HUMANO DE 2ª DIMENSÃO

Por se falar em vulnerabilidade, este é o centro de gravidade autorizador da constituição dos direitos do consumidor como direito humano de segunda dimensão⁴¹.

³⁹ SAYEG, Ricardo H. *Doutrina Humanista de Direito Econômico*.

⁴⁰ MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *in* Código de Defesa do Consumidor, o Princípio da Vulnerabilidade, p. 125.

⁴¹ “A fragilidade (vulnerabilidade) do consumidor é tão evidente que Henry Ford, o pai da produção em série, e, frase que se tornou famosa, afirmou: O consumidor é o elo mais fraco da economia e nenhuma corrente pode ser mais forte do que seu elo mais fraco.” Leonardo Roscoe Bessa *in* O consumidor e seus direitos, p. 30.

Antonio Herman de Vasconcellos Benjamin bem esclarece: “a vulnerabilidade justifica a existência do Código”.

De modo que, se a vulnerabilidade do consumidor é a razão de ser de sua defesa normativa pela Lei 8.078/90, determinada pela Constituição Federal (artigo 5º, XXXII e 48, do ADCT), por evidente ela é o recurso de interpretação a favor da protecionista atuação do Estado. A vulnerabilidade do consumidor tem o efeito reflexivo do princípio constitucional da isonomia em que o ambiente de consumo faz com que as relações ocorram sob a ideologia da igualdade.

A adequação ao CDC é a massificação coletiva e individual da posição do consumidor como parte fragilizada nas relações de consumo e esse princípio da vulnerabilidade chegam-se as realidades dimensionais clássicas: técnicas, jurídicas, processuais, penais, conforme supracitadas.

A vulnerabilidade do consumidor é o espelhamento de sua fragilidade e o homem que consume produto ou serviço agrega vulnerabilidade em face do fornecedor⁴².

Em decorrência, a vulnerabilidade da Lei 8.078/90 é o princípio pelo qual o sistema jurídico reconheceu a condição do sujeito mais fraco na relação de consumo em razão da possibilidade de ser ele (o consumidor) ofensivo na sua incolumidade físico-psíquica e no seu âmbito econômico-patrimonial pelo poderoso da relação de consumo – o fornecedor.

A Constituição que diz que o sujeito consumidor é o centro significa que as estratégias são escolhas dos que consomem. A vulnerabilidade

⁴² Isonomia real. Em atenção ao art.1º. da Res. 39/248, da Assembléia Geral da ONU, de 16.4.1985 (106ª. Reunião Plenária, de 9.4.1985), a norma comentada reconheceu o consumidor como parte mais fraca na relação de consumo. Assim, para atender ao princípio da isonomia (CF 5º. Caput), o CDC criou vários mecanismos para fazer com que se possa alcançar a igualdade real entre fornecedor e consumidor. (...) São exemplos de aplicação da isonomia pelo texto do CDC: a inversão do ônus da prova em favor do consumidor (CDC, 6º. VIII); a interpretação dos contratos de consumo em favor do consumidor (CDC, 47); a eficácia *erga omnes* da coisa julgada na ação coletiva para defesa de direitos individuais homogêneos, quando procedente o pedido (*in utilibus*) (CDC 103 III)

está totalmente fraqueada pelo capitalismo, ambiente em que a compreensão dos negócios, das relações de consumo ganhou novas tônicas.

O consumidor integra a relação de consumo sempre com o *animus* de satisfação de uma necessidade; enquanto, por outro lado, o fornecedor integra a mesma relação de consumo exclusivamente com a intenção de lucro, aumento de produção, expansão de negócios, etc., ou seja, com a intenção do capitalista selvagem. Logo, não poucas vezes o consumidor é refém da sua necessidade de consumir, daí a vulnerabilidade presumida pela lei.

Fica claro, portanto, que a situação do consumidor é a de submissão ao poder dos fornecedores, uma vez que sua escolha de bens de consumo não poderá exceder aquilo que é oferecido no mercado e, como ensina Antonio Carlos Eving, é justamente essa submissão a responsável pela fundamentação do princípio da vulnerabilidade, que parte do pressuposto de que o consumidor depende dos fornecedores para a concreção das suas necessidades.

Desse modo, o princípio da vulnerabilidade é decorrência natural do princípio da isonomia, com vistas ao estabelecimento da liberdade do consumidor, já que essa liberdade somente é garantida quando não há a submissão.

É importante ressaltar que a vulnerabilidade independe do consumidor ser pessoa física ou jurídica, ou, ainda, da condição financeira ou do consumidor. Nesse sentido: “a vulnerabilidade se configura pelo simples fato de o cidadão se encontrar na situação de consumidor, independente de grau cultural, econômico, político, jurídico etc.”⁴³

Ainda, a vulnerabilidade não se confunde com hipossuficiência, pois enquanto àquela é universal, de ordem pública e tem como fundamento a

⁴³ Fundamentos do Direito das Relações de Consumo. p. 105.

igualdade formal em busca da concreção das liberdades; nem todos consumidor é hipossuficiente, a análise da hipossuficiência é discricionária e tem como fundamento satisfação de questões processuais⁴⁴.

Antonio Carlos Efiging aduz que:

“o princípio da vulnerabilidade do consumidor visa dar proteção à parte mais frágil das relações de consumo, restabelecer o equilíbrio das relações de consumo. Existe diferença entre os conceitos de vulnerabilidade e hipossuficiência (CDC, art. 6º, VIII) Todo consumidor é vulnerável presumivelmente, cultural e materialmente; já a hipossuficiência é pessoal e somente pode ser constatada mediante a análise do caso concreto; Enquanto a vulnerabilidade é a constatação de que no atual modelo social os cidadãos estão sujeitos, expostos, suscetíveis aos produtos e serviços disponibilizados na sociedade de consumo, não dispendo de meios para acompanhar todo o processo da cadeia econômica (criação, produção, transporte, distribuição, comercialização etc.), encontrando-se em situação de desequilíbrio em relação aos fornecedores, a hipossuficiência somente tem utilidade no sistema brasileiro como uma de duas alternativas para a inversão da prova no processo civil”⁴⁵.

Fernando Costa de Azevedo, discorrendo sobre a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, assim se posiciona:

⁴⁴ “(...) um outro conceito denotam realidades jurídicas distintas, com conseqüências jurídicas também distintas. Nem todo consumidor é hipossuficiente. O preenchimento valorativo da hipossuficiência – a qual se pode medir por graus – se há de fazer, nos casos concretos, pelo juiz, com base nas ‘regras ordinárias de experiência’ em seu suporte fático encontra-se, comumente, elemento de natureza sócio-econômica. (...) Sua aplicação depende da discricionariedade judicial e a sua consequencia jurídica imediata e a da inversão do ônus probandi, no processo civil para a facilitação da defesa de seus direitos. Todo consumidor, seja considerado hipossuficiente ou não é, ao contrário, vulnerável no mercado de consumo. Aqui não há valoração do grau de vulnerabilidade individual porque a lei presume que, neste mercado, qualquer consumidor, seja ele hiper ou hipossuficiente do ponto de vista sócio-econômico, é vulnerável tecnicamente: no seu suporte fático está o desequilíbrio técnico entre o consumidor e o fabricante no que diz com a informação veiculada sobre o produto ou serviço.” Judith Martins Costa, in A guerra do vestibular e a distinção entre publicidade enganosa e clandestina. p. 222.

⁴⁵ Fundamentos do Direito das Relações de Consumo. p. 91.

“No Brasil, a Constituição Federal deixou implícito o princípio da vulnerabilidade, no lineamento do art. 5º, XXXII, mas o Código de Defesa do Consumidor, o consagrou expressamente em seu art. 4º, I, (...) A leitura do artigo traz os seguintes questionamentos: de que vulnerabilidade tratou o legislador? Existe apenas uma vulnerabilidade? Inicialmente, pode-se dizer que a vulnerabilidade é o ‘princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação’. É um princípio jurídico geral que consagra uma presunção. Os consumidores (todos eles) são considerados os mais fracos, não sendo necessário provar sua vulnerabilidade perante os fornecedores de produtos e (ou) serviços. (...) O princípio da vulnerabilidade deve ser entendido como um princípio jurídico de natureza pública. Mais especificamente, é um princípio de ordem pública, no sentido de que deve ser observado tanto pelo próprio Estado quanto pela sociedade, não havendo possibilidade, por parte dos consumidores, de uma renúncia à titularidade dos direitos que estão fundamentados neste princípio. Com o CDC, o princípio da vulnerabilidade se sobrepõe aos princípios de direito privado como o da liberdade contratual (liberdade para definir o conteúdo dos contratos)”⁴⁶.

Muitos doutrinadores classificaram a vulnerabilidade em diversas modalidades, mas, filiamo-nos a corrente que identificou as seguintes: (I) vulnerabilidade técnica; (II) vulnerabilidade jurídica; (III) vulnerabilidade econômica e social; (IV) vulnerabilidade psicológica; e, (V) vulnerabilidade ambiental.

⁴⁶ Defesa do Consumidor e Regulação, p. 69 e 79.

Com efeito, a vulnerabilidade técnica configura-se predominantemente pelo desconhecimento do consumidor a respectivo do produto, no sentido das *expertise*, bem como, pela ausência de informações prestadas ao consumidor pelo fornecedor sobre o produto ou serviço, sua utilização, fruição, bem como os riscos a ele inerentes, nisso compreendido a completa falta de informações, as informações insuficientes, e, ainda, as informações inadequadas e imprestáveis. Na esteira deste diapasão, depreende-se que, o consumidor estará sempre tecnicamente vulnerável especialmente no que se refere aos produtos naturalmente perigosos, bem como, às práticas comerciais abusivas.

No que tange a vulnerabilidade jurídica, ela se verifica presente na constante dificuldade que o consumidor possui para defender seus direitos, jurídica ou administrativamente em face do fornecedor, seja por conta dos abusos na relação de consumo, seja por conta das infrações à boa fé objetiva, seja em razão dos vícios ou defeitos dos produtos ou serviços, ou, ainda, das práticas ou cláusulas abusivas, publicidades ou propagandas enganosas, etc. O acesso à justiça, embora garantia constitucional elencada nos direitos fundamentais, é sempre um obstáculo a ser transposto pelo consumidor. Muitas vezes o consumidor está com uma necessidade premente quando busca a tutela jurisdicional; enquanto, de outro lado, ao fornecedor, a melhor estratégia é contar com a morosidade do Poder Judiciário.

Já a vulnerabilidade econômica e social, por sua vez, decorre da desigualdade de forças e de armas entre consumidor e fornecedor no mercado e na relação de consumo, uma vez que os consumidores ficam subjugados às imposições de poder econômico desses agentes econômicos. Esse tipo de vulnerabilidade ficou mais evidente quando a economia liberal do século XIX com a livre concorrência e o capitalismo selvagem instalou-se monopólios e oligopólios, que dominaram segmentos econômicos, fazendo o consumidor refém de suas imposições, ainda que importem manipulação artificial de mercado.

Diariamente, o consumidor é assolado por um número infinito de ofertas de produtos ou serviços molagoros e mirabolantes, que são a solução de todos os seus problemas e a concreção da felicidade que tanto busca através do consumo. E essas ofertas manipulam a mente humana, falseando manifestações de vontade do consumidor, protraindo-as no tempo indefinidamente, gerando como resultando um maior consumo, com tendência a resultado perversos, inclusive o de obrigar o consumo de produtos nocivos, perigosos, inadequados, etc. Essa é a vulnerabilidade psicológica.

Por fim, a vulnerabilidade ambiental se configura na medida em que os atos de fornecimento indiscriminados e inadequados pelos agentes econômicos atingem diretamente o meio ambiente, de modo que as agressões ambientais sempre acabam atingindo o próprio homem, que é naturalmente consumidor, como já se disse e o consumidor tem direito à saúde e a qualidade de vida, nisso compreendido, por evidente um meio ambiente sadio.

Induvidosa a vulnerabilidade do consumidor, não lhe basta seu enquadramento na mera liberdade contratual e consciência de que ele se trata apenas de um direito humano de primeira dimensão pautado na liberdade contratual, uma vez que, conquanto ela exista juridicamente, no plano fático, ela está certamente comprometida pela vulnerabilidade constitucional e infraconstitucional presumida deste em face do fornecedor⁴⁷.

Faz-se necessário para a satisfatividade do direito de consumir com vistas à dignidade da pessoa humana a prestação positiva por parte do Estado uma série de medidas de concretização que, em síntese podemos definir como prestação oficial do poder de polícia do consumo.

⁴⁷ “Outrossim, deverá ser vislumbrada a especial vulnerabilidade em que se encontra o consumidor quando celebra contrato de crédito dada a influência de diversos fatores sobre a sua liberdade de decisão em negócios dessa natureza, pois o contraente será duas vezes consumidor: o consumidor geral e o consumidor de crédito. De acordo com a doutrina de Nicole Chardin, o consumidor de crédito está submetido à pressão de forças externas, identificadas pela publicidade feita pelo fornecedor, e as forças internas, estas representadas pelos desejos e necessidades de consumir. Além disso, a especial vulnerabilidade do consumidor de crédito deve-se ao fato de que o consumo pode ter mais afinidade com os desejos e necessidades do que propriamente com a vontade de consumir.” (Clarissa Costa de Lima e Karen Rick Danilevich Bertoncello, Tratamento do crédito ao consumo na América Latina e superendividamento” in Estudos de Direito comparado sobre o endividamento, coord. Cláudia Lima Marques, p. 194.

Havendo prestação positiva do poder de polícia do consumo em prol da satisfatividade do direito de consumir, evidentemente que ele enquanto direito humano também se enquadra na segunda dimensão, qual seja as liberdades positivas.

Justamente por isso que, o CDC contempla a Política Nacional das Relações de Consumo e dentre os seus princípios a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, como se vê em seu artigo 4º, inciso I.

De fato, em São Paulo, existe até mesmo a Delegacia de Polícia do Consumidor, tornando claro o direito à segurança pública no consumo e via de consequência a inserção do direito de consumir na segunda dimensão dos direitos humanos.

Juridicamente, as regras do poder de polícia do consumo, aliás, estampadas a sobejo no Código de Defesa do Consumidor delineiam o modo desta prestação positiva por parte do Estado na concretização da liberdade positiva de consumir.

Flávia Viveiros de Castro, ao enquadrar a defesa do consumidor na segunda geração dos direitos humanos se posiciona:

“O amparo ao consumidor está inserido na cláusula geral de tutela da pessoa humana, permitindo o exercício pleno da cidadania, equilibrando-se os dois pólos da relação de consumo: o do fornecedor e o do consumidor. Dessas considerações, desdobra-se uma visão solidária do convívio social: os homens, para sobreviver de forma digna, dependem uns dos outros. (...) Outro aspecto importante de destacar é que a proteção ao consumidor se desdobra na superação da igualdade formal, em busca da efetiva isonomia entre os agentes do mercado. Ao verificar que o princípio da isonomia, quando assume vertente meramente formal, consagra a prevalência

da parte mais forte, seja econômica, técnica ou juridicamente, o legislador assume um papel intervencionista, voltado à consecução dos fins sociais, saneando, por assim dizer, as relações de mercado do traço individualista que durante mais de século demonstraram ter. (...) “Sendo o mercado – aqui entendido como estrutura de direitos e poderes de ordem econômica, política e jurídica – a rena política de maior relevo, será por meio do Direito do Consumidor que muitos dos direitos fundamentais se concretizarão, não como os que se exerciam contra o Estado (direitos de liberdade), mas como direitos que se efetivam por meio do Estado (direitos a prestações). Existe uma dialética de reivindicação e prestação, a qual exprime a superação do isolamento do homem liberal em um quadro jurídico-constitucional orientado a uma ordem que se pretende mais solidária e justa com melhor distribuição dos bens da vida⁴⁸”.

COMO DIREITO HUMANO DE 3ª DIMENSÃO.

Finalmente, como dito e, aliás, estampado na literalidade do artigo 170, da Constituição Federal, o direito de consumir é inerente e referente ao gênero humano coletivamente considerado, de maneira que se pode com certeza dizer do direito de consumir da população.

O próprio Código de Defesa do Consumidor equipara consumidor à coletividade determinada ou não de pessoas que haja intervindo na relação de consumo.

Belinda Pereira Cunha, sobre o caráter metaindividual do direito do consumidor assevera que:

⁴⁸ Danos à pessoa nas relações de consumo: uma abordagem civil e constitucional. p. 14/15-30.

“Com isso, os direitos do consumidor, da forma como são tratados e tutelados pelo Código, alcançam uma dimensão para além daquela meramente econômica de relação contratual individual, o que se confirma no mesmo diploma em vários momentos, como o da proteção contratual, em seus arts. 46 a 54 (...) Encontram-se, assim, também entre os direitos metaindividuais ou coletivos *latu sensu* ⁴⁹”.

Significa dizer que, o consumo deve ser sustentável tanto no seu aspecto naturístico, que corresponde ao consumo racional dos bens consumíveis havidos no planeta e no universo quanto no seu aspecto econômico que corresponde à acessibilidade do consumidor aos bens economicamente disponíveis no planeta.

Então, o direito de consumir sob o enfoque do consumo sustentável em prol de todos, ou seja, da população, ou melhor, da própria humanidade, representa outro enquadramento em direitos humanos, agora, na terceira dimensão.

Alexandre Malfatti assim situa:

“Uma das faces mais marcantes da pessoa humana é, indubitavelmente, sua qualidade de consumidora. Pode-se afirmar com tranquilidade que não haverá dignidade da pessoa humana em geral, se não houver uma garantia de dignidade ao consumidor especificamente... Trata-se de um direito fundamental de cunhos negativos e positivo, tendo como titulares o cidadão individualmente considerado ou a própria coletividade (determinável ou não). Ou seja, a defesa do consumidor é um direito fundamental que se identifica com as

⁴⁹ Direito do Consumidor. p. 6.

segunda e terceira gerações dos direitos humanos⁵⁰”.

Em suma, em apertada síntese, o direito de consumir é multidimensional, permeando a primeira, a segunda e a terceira dimensão dos direitos humanos que não se excluem, pelo contrário, se adensam como explica o Professor Ricardo Sayeg.

Enquadrado como direito humano, o direito de consumir, mister se faz expor sua disciplina jurídica positiva do Código de Defesa do Consumidor, a ser conformada, pela prevalência dos direitos humanos.

⁵⁰ Direito-Informação, no Código de Defesa do Consumidor, p. 79/80

CAPÍTULO VI.

A RELAÇÃO DE CONSUMO.

A relação de consumo tem origem na mesma idéia abstrata de relação jurídica, ou seja, “relação da vida social disciplinada pelo direito mediante atribuição a uma pessoa de um direito subjetivo e a correspondente imposição a outra pessoa de um dever ou de uma sujeição⁵¹”.

No que tange ao Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, de 11.09.1990), pode-se afirmar que a relação de consumo é aquela constituída entre o consumidor e o fornecedor para aquisição de um produto ou serviço no mercado de consumo.

Com efeito, a relação de consumo acontece através do exercício de práticas comerciais de prestação de serviço ou de fornecimento de produtos pelo fornecedor em face do consumidor, em todas as suas definições estabelecidas pela Lei 8.078/90.

A relação de consumo então, com espécie do gênero relação jurídica tem excessiva concentração nos sujeitos – consumidor, fornecedor e produto ou serviço.

O Código de Defesa do Consumidor não fala em contrato de consumo, negócio jurídico de consumo ou ato de consumo, mas, sim, em relação

⁵¹ Manuel Domingues de Andrade. *Teoria Geral da Relação Jurídica*. Coimbra: Almedina. 1974.

de consumo, deixando muito mais amplo o conceito, de modo que, sempre que houver os sujeitos: consumidor, fornecedor, produto ou serviço, a relação será sempre de consumo. Pela mesma *ratio* na ausência de qualquer desses elementos, a relação jurídica não será de consumo.

Segundo o Professor Roberto Senise Lisboa:

“De fato, os mesmos elementos que se encontram presentes na relação jurídica ordinária são encontrados na de consumo, motivo pelo qual se pode afirmar que o vínculo de consumo é espécie de relação jurídica, porém dotada de característica especiais, quais sejam: o fornecedor, o consumidor, e o produto ou o serviço”⁵².

A relação de consumo pode ter um conceito estrito, com origem predominantemente contratual; ou, ainda, um conceito mais amplo, dizendo respeito às relações obrigacionais de consumo, que abrangem, inclusive, mas não somente, as relações contratuais; e, por fim, um conceito super abrangente, abrangendo todas as relações jurídicas de interesse dos consumidores, decorrentes ou não de contratos e obrigações⁵³.

Logo, a relação de consumo corresponde à prática comercial entre fornecedor e consumidor, compreendendo todas as atividades da empresa no mercado de consumo, abrangendo a fabricação, industrialização, distribuição e comercialização de produtos móveis e imóveis, materiais e imateriais, quanto à prestação de quaisquer serviços para o consumidor, bem como, os atos conexos dentro dos pólos da relação de consumo.

⁵² Relação de Consumo e Proteção Jurídica do Consumidor no Direito Brasileiro, p. 5.

⁵³ Fernando Costa de Azevedo, Defesa do Consumidor e Regulação, p. 80

ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Pela definição da relação de consumo retro consignada, verificou-se que os respectivos elementos são, consumidor, fornecedor e produto ou serviço.

Assim, necessário se faz discorrer alguns pontos sobre os referidos elementos.

CONSUMIDOR.

A Lei 8.078/90 definiu o conceito de consumidor no artigo 2º, como sendo: toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

No entanto, em três outras oportunidades, a Lei 8.078/90, estabeleceu hipóteses em que se verifica a condição de consumidor por equiparação, quais sejam: o parágrafo único do artigo 2º; o artigo 17; e, o artigo 29, todos merecendo transcrição:

"Art. 2º - parágrafo único - Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que hajam intervindo nas relações de consumo."

"Art. 17 - Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento."

"Art. 29 - Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas."

Othon Sidou, no primeiro livro sobre a proteção ao Consumidor escrito no Brasil⁵⁴, Direito do Consumidor, afirmou: “*desde o tempo adamítico houve direito; e Adão e Eva devem ter sido consumidores...*”

O conceito de consumidor estabelecido pelo *caput* do artigo 2º, da Lei 8.078/90, obriga que o adquirente ou utilizador seja necessariamente o destinatário final do produto ou serviço. Essa é a interpretação doutrina da corrente finalista.

Importante repisar que é considerado consumidor não só aquele que adquire, mas, também aquele que utiliza o produto ou o serviço como destinatário final, de maneira que, o Código afastou a obrigatoriedade de vínculo contratual com o fornecedor para a conceituação jurídica do consumidor. Basta tão somente que quem utilize o produto ou serviço, também o utilize como destinatário final.

Note-se, na esteira deste diapasão, que para o Ministro Benjamim, autor do Anteprojeto, consumidor:

“é todo aquele que, para seu uso pessoal, de sua família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva e ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informações colocados à sua disposição por comerciantes ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso de sua atividade ou conhecimento profissionais”⁵⁵.

Roberto Senise Lisboa⁵⁶, na mesma linha, observa na expressão destinatário final a adoção pelo CDC da teoria do ensejo na relação jurídica de consumo, “tornando necessária a análise da causa da aquisição ou da utilização do produto ou do serviço”; a causa do desenvolvimento da relação de consumo deverá estar alistada “à transmissão definitiva ou provisória de produto ou de

⁵⁴ Proteção ao Consumidor, p. 3.

⁵⁵ O conceito jurídico de consumidor. RT 628/68-79, p. 78.

⁵⁶ Relação de consumo, p. 6 e 29-32.

atividade humana remunerada, sem que outra destinação seja objetivada pelo beneficiado (adquirente ou usuário)".

Cláudia Lima Marques discorre que outra não poderia ser a interpretação do conceito de consumidor que não pela teoria finalista, porque somente assim contempla-se o real espírito da Lei 8.078/90 e os princípios básicos estampados nos artigos 4º e 6º, porque somente o vulnerável faz jus à legislação protetiva e somente é vulnerável quem utiliza ou adquire como destinatário final, como se vê, *in verbis*:

"para os finalistas, pioneiros do consumerismo, a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais no mercado, como afirma o próprio CDC no art. 4º, inciso I. Logo, convém delimitar claramente quem merece esta tutela e quem não a necessita, quem é o consumidor e quem não é. Propõe, então, que se interprete a expressão 'destinatário final' do art. 2º de maneira restrita, como requerem os princípios básicos do CDC, expostos no art. 4º e 6º".⁵⁷

Tanto a pessoa física como a pessoa jurídica podem ser consumidoras, mesmo no enquadramento como destinatário final, pois, como ensina Ricardo Sayeg:

"mesmo que o adquirente ou usuário constituírem a relação de consumo em razão do exercício de sua atividade comercial, utilizando o produto ou serviço contratado para, de qualquer modo, favorecê-la, desde que isso não se dê nitidamente em caráter profissional ou especializado. Ora a pessoa jurídica, mesmo tendo o fim de lucro, em que pese às opiniões em contrário, ao não

⁵⁷ Contratos no Código de Defesa do Consumidor.

praticar ato específico à sua finalidade, não age com caráter profissional ou especializado, como o faz quando pratica sua atividade negocial própria (...)"⁵⁸.

Cláudia Lima Marques⁵⁹, notória defensora da corrente finalista, bem reconhece a ressalta:

"Destinatário final é aquele destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Logo, essa interpretação teológica não basta ser destinatário fático do produto, retirá-lo da cadeia de distribuição, levá-lo para o escritório ou residência, é necessário ser destinatário final do bem, não adquiri-lo para revenda, não adquiri-lo para uso profissional, pois o bem seria novamente um instrumento de produção de novos benefícios econômicos (lucros), o bem estaria sendo transformado novamente, usado como instrumento de produção cujo preço será incluído no preço final do profissional que o adquiriu. (...) Portanto, em princípio, estão submetidos às regras do Código os contratos firmados entre fornecedor e consumidor não-profissional, e entre o fornecedor e o consumidor, o qual pode ser um profissional, mas que, no contrato em questão, não visa lucro, pois o contrato não se relaciona com sua atividade profissional... (...)... nossa opinião continua sendo no sentido de não caracterização ab initio dos profissionais como consumidores *scripto sensu...*"

Por outro lado, o Rizzato Nunes⁶⁰, para quem, a completa e correta interpretação do conceito de consumidor: "começa no *caput* do art. 2.º, passa por seu parágrafo único, segue até o 17 e termina no 29", a teoria finalista é superada, e o consumidor além do "destinatário final" é todo aquele que contrai

⁵⁸ Práticas Comerciais Abusivas, p. 34.

⁵⁹ Contratos no Código de Defesa do Consumidor, fls. 100 e 107/108.

⁶⁰ Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, Direito Material (art. 1.º a 54), p. 88.

o produto ou serviço para uso próprio, como também quando existe a desígnio de produção:

"desde que o produto ou serviço (...) sejam oferecidos regularmente no mercado de consumo, independentemente do uso e destino que o adquirente lhes vai dar". Exclui as situações em que o produto ou serviço "é entregue com a finalidade específica de servir como 'bem de produção' para outro produto ou serviço e via de regra não está colocado no mercado de consumo como bem de consumo, mas como de produção; o consumidor comum não o adquire".

Ressalta-se que sempre haverá alguma consideração circunstancial e fática de traços próprios do sujeito. O *status* de consumidor, seja pessoa natural ou não, é preponderantemente situacional, isto é, o sujeito pode ser consumidor durante o dia e fornecedor a tarde. Por isso que não há dúvida, quando se afirma que todos somos consumidores.

Assim, sugere-se que a solução do caso concreto de enquadramento ou não na definição de consumidor do artigo 2º, *caput*, do CDC, seja sempre pela análise criteriosa da vulnerabilidade, para garantir ao mais fraco a aplicação da legislação consumerista. A propósito, esse é o entendimento que vem sendo adotado pelo Superior Tribunal de Justiça⁶¹.

Pode-se dizer que os conceitos de consumidor e de fornecedor têm modo relacional, sendo que para existir a possibilidade de coligar um deles em uma relação jurídica é imprescindível a presença do outro na mesma relação. Assim sendo, nem todo destinatário final será consumidor, e nem todo exercentes

⁶¹ No julgamento do Resp. 661.145-ES, o Ministro Jorge Scartezini, consignou o seguinte: "No tocante ao segundo aspecto – inexistência de relação de consumo e conseqüente incompetência da Vara especializada em Direito do Consumidor – razão assiste ao recorrente. Ressalto, inicialmente, que se colhe dos autos que a empresa-recorrida, pessoa jurídica com fins lucrativos, caracteriza-se como consumidora intermediária, porquanto se utiliza do serviço de fornecimento de energia elétrica prestado pela recorrente, com intuito único de viabilizar sua própria atividade produtiva. Todavia, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente, desde que demonstrada, in concreto, a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, a aplicação das normas do CDC. Quer dizer, não se deixa de perquirir acerca do uso, profissional ou não, do bem ou serviço; apenas, como exceção e à vista da hipossuficiência concreta de determinado adquirente ou utente, não obstante seja um profissional, passa-se a considerá-lo consumidor".

de atividade de oferecimento de bens ou serviços ao mercado será fornecedor. Sendo que, é mister que a relação jurídica admire os dois pólos da relação de consumo.⁶²

Quanto à coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis equiparadas a consumidor, ex. VI do parágrafo único do artigo 2º, da Lei 8.078/90, depreende-se claramente que a razão de ser desse dispositivo legal e dessa contextualização ampla de consumidor busca viabilizar a efetividade da tutela dos interesses coletivos, difusos e individuais homogêneos dos consumidores, conforme os artigos 81 c.c 91 a 100, do CDC.

João Andrades Carvalho⁶³ diz que o parágrafo único do artigo 2º, do CDC não tem razão de ser e somente foi inserido para outorgar a legitimidade processual a uma coletividade de pessoas, real ou potencialmente vinculadas a uma relação de consumo.

Respeitadas as posições em contrário, no meu sentir, o parágrafo único do artigo 2º, do CDC, refere-se à coletividade de pessoas, determináveis ou não, que hajam intervindo na relação de consumo. Por evidente, em se tratando de coletividade, que pode ser indeterminada, a intervenção na relação de consumo é aquela passiva, ou seja, do tipo em que essas pessoas foram tocadas pelas práticas de consumo e não propriamente que tenham contratado diretamente com fornecedores.

Esse “toque” é típico de práticas publicitárias pelos fornecedores, pelas quais, muito embora a coletividade de pessoas não contrate diretamente com os fornecedores, são efetivamente atingidas pelos efeitos dessa relação de consumo, daí a respectiva intervenção exigida pelo texto legal.

Já quanto ao consumidor equiparado do artigo 17, do CDC, ele se refere às hipóteses de responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço, via de

⁶² Controle das cláusulas abusivas nos contratos de consumo.

⁶³ Código de Defesa do Consumidor: comentários, doutrina e jurisprudência, p. 25-27.

consequência, do devedor do fornecedor de indenizar pelos danos materiais e morais causados por produtos e serviços que não apresentam a segurança que deles legitimamente se espera; os chamados acidentes de consumo disciplinados nos artigos 12 a 14, da Lei 8.078/90⁶⁴.

Fato do produto consiste no defeito decorrente de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmula, manipulação, apresentação ou acondicionamento, bem como, na inadequação ou insuficiência de informações sobre a respectiva utilização e riscos, entendendo-se como defeito do produto, a carência de segurança respectiva.

A equiparação a consumidor pela condição de vítima, vale dizer, de ofendido ou prejudicado, obriga a constatação da efetiva violação ou prejuízo de um direito, moral ou patrimonial, bem como a demonstração do respectivo nexo de causalidade, com o fato do produto ou serviço, ou seja, sem o fato do produto ou serviço, não haveria violação ou prejuízo.

Daí que, o consumidor equiparado do artigo 17, do CDC, tem direito a reparação dos danos morais e materiais sofridos, independentemente de

⁶⁴ Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. § 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I - sua apresentação; II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III - a época em que foi colocado em circulação. § 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado. § 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar: I - que não colocou o produto no mercado; II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste; III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando: I - o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados; II - o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador; III - não conservar adequadamente os produtos perecíveis. Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos. § 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: I - o modo de seu fornecimento; II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; III - a época em que foi fornecido. § 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas. § 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar: I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste; II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. § 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

haver firmado contrato de fornecimento, ou, de haver relação de consumo, bastando, tão somente que tenha sido vítima do acidente de consumo e lesado na sua esfera físico-psíquica ou econômico-patrimonial.

Valendo consignar que se depreende evidenciado nos casos de consumidor equiparado do artigo 17, do CDC, a vulnerabilidade da vítima do acidente, razão de ser da lei protetiva.

Por fim, no que se refere ao consumidor equiparado do artigo 29, da Lei 8.078/90, é o de maior abrangência, posto que engloba as práticas comerciais abusivas e a proteção contratual.

Novamente verifica-se que essa equiparação a consumidor tem a vulnerabilidade como razão determinante, pois, sempre que alguém for exposto às práticas comerciais ou aos contratos de adesão abusivos, muitas vezes estarão vulneráveis diante da necessidade do consumo.

Ocorre que, esse conceito de consumidor equiparado é o que mais encontra resistência de aplicação pelos operadores do direito. Isso porque, a discussão sobre o elemento teleológico da relação de consumo – a destinação final – acaba por travar a aplicação da lei principiológica e de interesse social (Lei 8.078/90) no que tange ao artigo 29.

É de notar que o texto do artigo 29, não consigna qualquer condição para a equiparação a consumidor. Basta que “todas as pessoas, determináveis ou não” estejam expostas as práticas previstas no capítulo a que se refere.

A meu ver, com todo respeito às opiniões em contrário, o artigo 29, do CDC, justamente veio para afastar a obrigatoriedade de destinação final do *caput* do artigo 2º, para permitir a proteção da lei aos vulneráveis não destinatários finais, expostos às práticas comerciais e contratuais abusivas.

FORNECEDOR.

Nota- se que o Código de Consumidor constitui no seu art.3º o conceito de fornecedor, consignando:

“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.”⁶⁵

Neste contexto, José Geraldo Brito Filomeno⁶⁶ esclarece que o legislador preferiu a amplitude do termo fornecedor para abarcar todos os integrantes da cadeia produtiva e de fornecimento, tais como, industrial, comerciante, banqueiro, segurador, importador.

Logo, a definição de fornecedor trazida pelo CDC é suficientemente abrangente, não deixando margem às interpretações, sendo fornecedor desde o camelô até o exportador de bacalhau norueguês. Sendo certo que, se dúvida havia, a Súmula 297, do STJ, vez por todas sedimentou: “o Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras”, via de conseqüência, todas elas também são fornecedoras.

Assim sendo, fornecedor corresponde a toda aquela pessoa que em caráter profissional e especulativo coloca de qualquer modo em circulação bens ou serviços de quaisquer natureza, em nome e por conta própria, à disposição do consumidor, realizando atos de fornecimento.

No que se refere a fornecedor integrante de grupo de empresas⁶⁷, a princípio, o grupo não responde pelos atos de fornecimento de seu membro;

⁶⁵ Arnoldo Wald. *O direito do consumidor e suas repercussões em relação às instituições Financeiras*. v. 666.

⁶⁶ Manual de direitos do consumidor. p.

⁶⁷ Art. 265, Lei 6454/76: “A sociedade controladora e suas controladas podem constituir, nos termos deste Capítulo, grupo de sociedades, mediante convenção pela qual se obriguem a combinar recursos ou esforços para a realização dos respectivos objetos, ou a participar de atividades ou empreendimentos comuns”.

entretanto, para a proteção do consumidor, as empresas integrantes do grupo e as controladas têm responsabilidade subsidiária pelas obrigações decorrentes das relações de consumo que venham a evolver qualquer dos seus participantes, na forma do art. 28, parágrafo 2º, da Lei 8.078/90.

Por sua vez, sendo o fornecedor integrante de um consórcio de empresas⁶⁸, mister esclarecer que na forma do parágrafo 3º, do artigo 28, do CDC, todos os integrantes do consórcios respondem solidariamente perante o consumidor pelos atos de fornecimento de produto ou serviço.

Salienta-se que, o Estado, como ente público, também é considerado fornecedor, uma vez que realiza atos de fornecimento, os chamados serviços públicos, não obstante a remuneração seja indireta (taxas, tarifas, impostos, etc).

A propósito, o artigo 4º, da Lei 8.078/90, não deixa dúvidas quando a possibilidade de enquadramento do Estado como fornecedor na medida em que, pelo inciso VII, consigna ser princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a racionalização e melhoria dos serviços públicos.

Ademais, o artigo 22, do Código de Defesa do Consumidor, por quanto aos serviços públicos determina que o Estado os preste de forma adequada, segura e eficiente; sendo que, quanto aos essenciais, determinando, ainda, que eles sejam sempre contínuos.⁶⁹

Com efeito, Claudia Lima Marques aduz⁷⁰ o que distingue o fornecedor de produtos é a ampliação de atividades caracteristicamente profissionais. Visto que, já quanto ao prestador de serviços, satisfaz que a

⁶⁸ Art. 278, Lei 6454/76: "As companhias e quaisquer outras sociedades, sob o mesmo controle ou não, podem constituir consórcio para executar determinado empreendimento, observado o disposto neste Capítulo".

⁶⁹ Houve polêmica, hoje superada, sobre a ininterrupção dos serviços públicos nos casos de inadimplemento. Tendo sido formal e pessoalmente constituída a mora, é lícito o corte do fornecimento.

⁷⁰ Cláudia Lima Marques *et alii*. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: RT, 2004

atividade seja tradicional ou reiterada, não se determinar que o prestador seja "*profissional*" da área.

Por sua vez Marcelo Azevedo Chamone⁷¹ diz que por atividade se abrange o:

"conjunto de atos ordenados em função de um determinado objetivo (...), devendo ser avaliada de forma autônoma em relação aos atos singulares de que é composta"; de onde se conclui não bastar à prática de atos isolados para que se caracterize a figura do fornecedor. "Qualquer ato singular deve poder ser reconduzido a uma atividade para ser considerado ato de fornecimento e submeter-se às normas do CDC".

É importante destacar que pouco importa se o fornecedor atua no mercado de consumo com o objetivo de lucro.

Enfatiza-se que quando entramos no tema da responsabilidade pelo fato do produto expõe-se de grande acuidade, uma vez que, segundo Flávia Portella Püschel⁷²,

"cada produtor responde pelos defeitos surgidos durante o seu próprio processo de produção ou em fases anteriores", de forma que o "produtor final responde pelos defeitos da parte componente, bem como pelos defeitos da matéria-prima empregada na produção da parte componente (...), assim como por aqueles resultantes diretamente de sua própria atividade."

Guilherme Fernandes Neto⁷³ ressalta:

“O conceito de fornecedor engloba além do empresário, o Estado, quando este atua

⁷¹ Marcelo Azevedo Chamone. A relação jurídica de consumo: conceito e interpretação. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 11, n. 1456, 27 jun. 2007.

⁷² A responsabilidade por fato do produto no CDC.

⁷³ O abuso do direito no Código de Defesa do Consumidor: cláusulas, práticas e publicidades abusivas.

como agente econômico ou presta serviço público com remuneração direta (CDC, arts. 3º, parágrafo 2º, e 22). Além disso, o CDC não diferencia os fornecedores de acordo com sua potência econômica. O direito positivo brasileiro não ressalva os empresários de menor potência econômica, como o micro ou pequeno empresário, de qualquer obrigação resultante da relação de consumo”.

Dessa forma, Rizzato Nunes⁷⁴ aduz que são apresentados como fornecedores todos quantos contribuam produtos e serviços no mercado de consumo, sempre com vistas a consentir às obrigações dos consumidores, sendo de imensa importância a altivez que se precisa fazer entre as várias espécies de fornecedor nos casos de responsabilização por danos causados aos consumidores, ou mesmo para que os próprios fornecedores ativem na via regressiva e em cadeia da mesma responsabilização.

Pode-se assentar neste contexto que além do fornecedor nacional, também integram a definição de fornecedor do artigo 3º, da Lei 8.078/90, os fornecedores estrangeiros, e nesse caso o importador é responsabilizado por acidentais danos ou reparos, podendo voltar-se regressivamente contra o exportador. São avaliados também fornecedores, os “entes despersonalizados”, compreendidos como aquelas entidades que, sem personalidade jurídica, cumprem atividade produtiva de bens e serviços.

Ressalta-se que responsabilidade civil é, de forma sucinta, a obrigação jurídica que tem alguém de contestar ao dano causado ao patrimônio de outrem. Salienta-se que à luz do Código do Consumidor, quando o produto ou serviço causa dano ao consumidor ou a qualquer um deles equiparado, aparece para o fornecedor a obrigação de compensar, sendo esta responsabilidade objetiva, ou seja, independentemente de culpa ou dolo, mas pelo simples fato do fornecedor haver colocado o produto ou serviço defeituoso no mercado de

⁷⁴ *Código de Defesa do Consumidor e sua interpretação Jurisprudencial*. São Paulo: Saraiva. 1997.

consumo, responde pelos danos causados ou que potencialmente poderiam ser causados aos consumidores individual ou coletivamente considerados.

No entanto, como elucida Rosana Grinberg⁷⁵, em alguns casos, o próprio Código de Defesa do Consumidor traz causas que exoneram ou atenuam a responsabilidade do fornecedor, *ex vi* dos artigos 12, § 3º, I, II e III, e 14, § 3º, I, II e III.

"permite a isenção de responsabilidade, desde que o fabricante, o construtor, o produtor, o importador e o fornecedor de serviços provem que não colocaram o produto ou o serviço no mercado, que, embora, o tendo colocado, o defeito inexistente, ou que houve culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro". Ainda sobre responsabilidade do fornecedor pelos acidentes de consumo, temos que esta é regida pelo princípio da solidariedade passiva, em que o consumidor pode exigir de todos ou de apenas um responsável a indenização total ou parcial pelo dano sofrido; e que a reparação deverá ser ampla, devendo abranger tanto danos patrimoniais (materiais) quanto morais, tanto o dano emergente quanto o lucro cessante.

Danillo José Souto Vita,⁷⁶ por sua vez, ressalta que posteriormente, o Código de Defesa do Consumidor definiu a responsabilidade objetiva do fornecedor por defeitos no produto ou no serviço, dissolvendo a injusta armadura subjetivista que antes trazia enormes prejuízos ao consumidor. Ressalta-se que essa regulamentação encontra-se no *caput* dos artigos 12 e 14 do aludido diploma, abaixo transcritos:

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem independentemente

⁷⁵ GRIMBERG, Rosana. *Fato do produto ou do serviço: Acidentes de consumo*. Revista de Direito do Consumidor, Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, nº 35, Julho/Setembro, 2000.

⁷⁶ SOUTO VITA, Danillo José. Responsabilidade civil do fabricante de fogos de artifício por defeito do produto. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 12, n. 1644, 1 jan. 2008.

da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Dessa forma, Rui Stoco⁷⁷, aduz que, para eximir-se da responsabilidade pelo fato do produto o fabricante, produtor, construtor ou importador pode comprovar que não assentaram o produto no mercado de consumo. Coloca-se aqui aqueles casos de falsificação de produtos, roubo ou furto de mercadorias defeituosas estocadas e, assim sendo, alocadas no mercado sem a aquiescência do fornecedor.

Neste contexto, Pericles Ferreira de Almeida⁷⁸ aduz que:

“A responsabilidade sem culpa do Código de Defesa do Consumidor, encontra-se prevista no Artigo 12, "o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de cpa (...)" e Artigo 14, "o fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de cpa (...)". Nos mesmos dispositivos legais, são enumeradas as excludentes da responsabilidade civil.

⁷⁷ STOCO, Rui. *Tratado de Responsabilidade Civil*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

⁷⁸ ALMEIDA, Pericles Ferreira de. *Excludentes do nexo de causalidade na responsabilidade civil extracontratual*. *Jus Navigandi*, Teresina, ano 8, n. 248, 12 mar. 2004.

Pode-se dizer que comerciante, na conceituação de Püschel⁷⁹, é todo sujeito que difunde produtos no âmbito de sua atividade profissional, sem desempenhar ele próprio atividade de produção. Sendo que, para distinguir a atividade produtiva da mera distribuição, deve ser impelida em conta "a influência da atividade em questão sobre a configuração e qualidades essenciais do produto". De tal modo, se existe "influência sobre a estrutura ou qualidades essenciais do bem, trata-se de atividade de produção. Existindo, ao contrário, apenas uma manipulação insignificante, trata-se de atividade de simples distribuição"

Na esteira deste diapasão, Rosana Grimberg⁸⁰ aduz que o tratamento dado pelo CDC ao comerciante é desigual dos demais fornecedores. Enquanto a responsabilidade pelo vício do produto é solidária de todos os compartes da cadeia produtivo-distributiva, o comerciante apenas é responsabilizado pelo fato do produto direto e solitariamente quando existir má-conservação do produto, ou ainda, de forma subsidiária, quando o *produtor final* do produto não for de maneira satisfatória identificada, impedir que o consumidor ative diretamente o produtor real.

Salienta-se que quanto ao fato do produto e fato do serviço, faz-se necessária a distinção antecipada entre vício e defeito. Sendo que, em ambos, o produto adolece comportamento atípico, sendo que quando a anomalia resulta somente em deficiência no funcionamento do produto ou serviço, porém, não aloca em risco a saúde ou segurança do consumidor não se fala em defeito, mas em vício. Assim sendo, fato do produto ou serviço está ligado a defeito, que, por sua vez, está ligado a dano. Desta forma, tem-se a noção de fato do produto, ainda chamado de acidente de consumo, que é o acontecimento danoso determinado pela utilização de produto eivado de defeito. Enfatiza-se que já fato de serviço, que ainda trata-se em tópico vindouro, é o evento danoso que acontece na prestação de serviço, abrangendo-se como tal, em face do

⁷⁹ PÜSCHEL, Flavia Portella. *A responsabilidade por fato do produto no CDC*. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

⁸⁰ GRIMBERG, Rosana. **Fato do produto ou do serviço: Acidentes de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, nº 35, Julho/Setembro, 2000.

abarcamento do conceito legal, toda a atividade por ele conseguida no propósito de tornar o seu negócio viável e absorvente, como, por exemplo, as facilidades alocadas à disposição da sua clientela.⁸¹

Salienta-se assim que José Guilherme Vasi Werner⁸² aduz que no vício do produto, por sua vez, "a disfunção se resume à falta de adequação do produto ou serviço à eficiência e funcionalidade que dele são de se esperar". Sendo que, neste caso, assim sendo, confere-se o fator anímico do consumidor, qual seja, a legítima esperança que ele tem em relação ao produto. Para tal mensuração, necessita-se empregar um critério razoável, afrontar a situação de fato com o padrão objetivo de conduta. Desta forma, o autor ainda continua que em sendo assim, ao vício do produto, satisfaz não a responsabilidade do fornecedor, mas sim a garantia, apontada pelo legislador, de "restabelecimento da expectativa que tenha sido eventualmente frustrada com a presença do vício".

Silvio de Salvo Venosa⁸³, por sua vez, considera que:

“Diante disso, código em comento traz duas modalidades de responsabilidade, quais sejam: “Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço” e “Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço”. A primeira é positivada na Seção III, nos arts. 18 a 25 do CDC, a qual trata dos vícios ou defeitos de adequação. Nessa hipótese encontram-se os produtos ou serviços defeituosos que não correspondem à legítima expectativa do consumidor quanto a sua utilização e fruição; por exemplo, quando se compra uma roupa com defeito de numeração, o produto é inadequado, mas não gera insegurança e, nesse caso, observa-se que o defeito costuma aparecer na fase inaugural do consumo.

⁸¹ Cláudio Henrique Leitão Saraiva. Da responsabilidade do comerciante pelo fato do produto e do serviço. Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 58, ago. 2002.

⁸² José Guilherme Vasi Werner. *Vícios e Defeitos no Produto e no Serviço: da Garantia e da Responsabilidade*. In: Revista de Direito do Consumidor, nº 58, Abril-Junho/2006, Editora Revista dos Tribunais.

⁸³ Sílvio de Salvo Venosa, *Responsabilidade Civil*. 2.ed. São Paulo: Atlas S., 2002.

Ressalta-se que fato do produto é a responsabilidade do fornecedor pelo chamado acidente de consumo. Isto significa que ele tem que reparar o danos originados aos consumidores pelos produtos ou serviços que proporcionem risco a saúde ou ainda riscos a segurança dos consumidores.

A responsabilidade alcança ainda o fabricante, o construtor, o produtor e o importador, por defeitos de fabricação do produto, sendo forma excludente caso o mesmo venha a provar que não colocou o produto no mercado.

O fornecedor de serviços também responde a responsabilidades por serviços prestados, como por exemplo, informação incompleta que cause deficiência a segurança do consumidor.

O comerciante também assume algumas responsabilidades diante da venda do produto.

Assim, será especificado abaixo, as formas de responsabilidades adotadas pelo Código de Defesa do Consumidor, bem como suas excludentes.

Pode-se dizer que o atual Código Civil, em seus arts. 186 e 187 segue mantendo, também, a responsabilidade subjetiva, isto é, além da ação ou omissão que causa um dano, ligados pelo vínculo apelidado nexos de causalidade, deve restar confirmada a culpa em sentido lato. Salienta-se que a essência da responsabilidade subjetiva como emite o admirável jurista Caio Mário⁸⁴ acorda-se necessariamente na pesquisa ou indagação de como o comportamento coopera para o prejuízo sofrido pela vítima.

Dessa forma, Carlos Alberto Bittar⁸⁵ salienta que na teoria clássica, a responsabilidade civil subjetiva está acoplada a acontecimento de um ato ilícito. Sendo assim, ato ilícito é todo ato contrário ao Direito ou à moral. No início, os atos ilícitos eram subdivididos em delitual e quase-delito. Enfatiza-se que em

⁸⁴ Caio Mário da Silva Pereira. *Responsabilidade Civil*, p. 29.

⁸⁵ Carlos Alberto Bittar. *Responsabilidade civil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

uma das compreensões dessa subdivisão, delitual seria o ato que desrespeitasse uma proibição legal ou que tivesse uma pena anuncia. Quase-delitos eram os atos que abrolhassem um mal equiparável, mas sem previsão casuística, sem previsão legal específica para o fato. Em qualquer dos casos, impregnam o valor de reprovação. Por não existir distinção acentuada para o direito civil, não se cogita mais essa subdivisão. Basta que seja adverso ao Direito ou à moral.

Enfatiza-se que Carlos Alberto Bittar⁸⁶ entende que:

"Na teoria da culpa (ou "teoria subjetiva"), cabe perfazer-se a perquirição da subjetividade do causador, a fim de demonstrar-se, em concreto, se quis o resultado (dolo), ou se atuou com imprudência, imperícia ou negligência (culpa em sentido estrito). A prova é, muitas vezes, de difícil realização, criando óbices, pois, para a ação da vítima, que acaba injustamente suportando os respectivos ônus".

Sendo assim, Caio Mário⁸⁷ afiança que a teoria da responsabilidade objetiva se adoleceu justamente quando os valores individuais arrastavam força frente aos interesses coletivos. Sendo que, nasce quando o indivíduo principia a perder sua admirável liberdade em favor do interesse do todo, quando pega a noção de que as relações privadas devem estar adequadas à sua função social. Partindo da análise da coletividade, não do individualismo, observa-se que, em certos casos, o ônus do dano cabe mais a quem o aborreceu que a quem sofreu, mesmo sendo ambos inocentes. Certos atos, ainda que não sejam culposos por estarem cercados de prudência, são cometidos em favor e pela vontade do causador do dano, não da vítima. Daí criou-se diferentes noções de risco, tais como: risco-proveito, risco criado, risco profissional, risco excepcional e risco integral. Dessas, as duas primeiras são as mais difundidas.

⁸⁶ Carlos Alberto Bittar. *Direitos do Consumidor*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

⁸⁷ Caio Mário da Silva Pereira. *Instituições de direito civil*. Rio de Janeiro: Forense, 10ª ed.

Enfatiza-se que João Clavão da Silva⁸⁸ elucida com propriedade a acepção da responsabilidade objetiva:

“Pela teoria da responsabilidade objetiva ou sem culpa, como é denominada por muitos, o fator culpa seria de nula relevância. O autor do dano indenizaria pelo só fato do dano mesmo sem se indagar da sua culpabilidade, ou não, no caso. Bastaria que se demonstrasse apenas a relação de causalidade entre o dano e seu autor para que daí decorresse para o agente a obrigação de reparar”.

Por sua vez, Sérgio Cavalieri Filho adverte⁸⁹:

“Este dever é imanente ao dever de obediência às normas técnicas e de segurança, bem como aos critérios de lealdade, quer perante os bens e serviços ofertados, quer perante os destinatários dessas ofertas. A responsabilidade decore do simples fato de dispor-se alguém a realizar atividade de produzir, estocar, distribuir e comercializar produtos ou executar determinados serviços. O fornecedor passa a ser o garante dos produtos e serviços que oferece no mercado de consumo, respondendo pela qualidade e segurança dos mesmos.”

Pode-se dizer que diante dessa evolução o Código de Defesa do Consumidor aproveitou a responsabilidade objetiva nos arts. 12 e 14 inovando ante o direito privado da época de sua promulgação. Assim, respondem involuntariamente de culpa o fabricante, o produtor, o construtor e o importador pela reparação dos danos causados aos consumidores decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, formulas, manipulação, apresentação e

⁸⁸ João Clavão da Silva. Responsabilidade civil do produtor. Coimbra: Livraria Almedina, 1990.

⁸⁹ CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de Responsabilidade Civil, 2005. São Paulo: Malheiros.

acondicionamento de seus produtos, bem como por informações escassas ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.⁹⁰

Sendo assim, Gonçalves in Gustavo Passarelli da Silva⁹¹:

"Uma das teorias que procuram justificar a responsabilidade objetiva é a teoria do risco. Para esta teoria, toda pessoa que exerce alguma atividade cria um risco de dano para terceiros. E deve ser obrigada a repará-lo, ainda que sua conduta seja isenta de culpa. A responsabilidade civil desloca-se da noção de culpa para a idéia de risco, ora encarada como 'risco-proveito', que se funda no princípio segundo o qual é reparável o dano causado a outrem em consequência de uma atividade realizada em benefício do responsável (*ubi emolumentum, ibi ônus*)".

Caio Mário, citando Barros Leães⁹² teve a primazia de ponderar sobre a responsabilidade do fabricante pelo fato do produto. Sendo que, essa terminologia:

"surgiu em recente literatura e vem identificando hipóteses de responsabilidade do empresário pela fabricação e distribuição de bens defeituosos no mercado causadores de dano a integridade psicofísica das vítimas, ou ao seu patrimônio. Aduz, ainda, que para a configuração dessa responsabilidade, é irrelevante sejam as vítimas parte da cadeia de circulação jurídica do produto, mantenham com este uma mera relação de fato decorrente do uso ou do

⁹⁰ Rui Stocco, Tratado de Responsabilidade Civil. 6.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

⁹¹ Gustavo Passarelli da Silva. A responsabilidade objetiva no direito brasileiro como regra geral após o advento do novo Código Civil. Jus Navigandi, Teresina, ano 7, n. 65, maio 2003. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4045>>. Acesso em: 11 mar. 2009.

⁹² Caio Mario da Silva Pereira, *Responsabilidade Civil*, Rio de Janeiro: .ed., 1994.

consumo, ou simplesmente tenham se exposto aos efeitos do seu campo de periculosidade.”

Silvio de Salvo Venosa⁹³ corrobora que:

“Nos termos do art. 14º, §1º e incisos, um serviço é considerado defeituoso quando não oferece a segurança e a qualidade que razoavelmente dele se espera levando-se em conta “o modo de seu fornecimento” (inc. I), assim entendido quanto a sua apresentação ao público consumidor, via publicidade, propaganda¹⁰, etc.; o “resultado” (inc.II) que se espera do serviço prestado; os “riscos” (inc.II) que quando de sua fruição não podem ser maiores que o razoavelmente expectado; bem como a “época em que foi fornecido” (inc.III)”.

Dessa forma, Washington Santos⁹⁴ aduz que os comerciantes empregam-se reiteradamente de uma interpretação extensiva completamente equivocada, onde afirmam em sua defesa que o art. 13, do Código de Defesa do Consumidor os outorga o direito de exclusão do pólo passivo da lide todas as vezes que existir a possibilidade de identificação dos fabricantes ou importadores. Diante disto os mesmos se mantêm insensível, acreditando a resolução pelo fabricante, dificultando assim o trabalho da Justiça e de órgão de proteção e defesa do consumidor.

Neste cenário, Cláudia Lima Marques⁹⁵ elucida que necessitam se responsabilizar todos aqueles que ampararam a colocar o produto no mercado, iniciando-se do fabricante, passando pelo distribuidor e finalizando pelo comerciante (qual contratou com o consumidor). Sendo que cabe a cada um deles a responsabilidade pela abonação do produto.

⁹³ VENOSA, Sílvio de Salvo, *Responsabilidade Civil*. 2.ed. São Paulo: Atlas S., 2002.

⁹⁴ Washington dos Santos- *Dicionário Jurídico brasileiro*. Belo Horizonte: Ed. Del Rey.2001.

⁹⁵ Cláudia Lima Marques. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, ed. RT, São Paulo, 1999.

Sobre o assunto, Roberto Norris⁹⁶ afiança:

“O Código nos incisos I, II e III, do art. 13, relata a situação do comerciante, relativamente, ao dever de compor o evento danoso a que der origem. Na hermenêutica do CDC, o agente fornecedor-direto suporta a responsabilização de forma subsidiária, e nos seguintes casos:

- (a) quando a cadeia fornecedora não puder ser identificada;
- (b) não havendo identificação clara nos produtos distribuídos; e,
- (c) em caso de não conservar com adequação os produtos perecíveis”.

Salienta-se que acerta marcar com sinais que o preceptivo legal (art. 12), não se acenou ao comerciante, imputando-lhe qualquer obrigação. Enfatiza-se que o negociador-direto é o fundamental elo com o consumidor, mas o legislador, neste primeiro momento escolheu por não incluí-lo no elenco do artigo 12, exclusivamente o fazendo no art. 13. Ainda Cláudia Lima Marques⁹⁷, declina lição do mestre italiano Guido Alpa, o qual confere a concentração da responsabilidade ao construtor, fabricante e ao produtor, porque a maior parte dos defeitos acontece na origem, isto é, na produção. Sendo que, na comercialização o risco é afastado, afora a título subsidiário, na leitura do art. 13 e seus incisos. Esclarece-se assim, a motivação do escritor da lei.

Assegura-se que o direito de regresso poderá ser desempenhado de duas formas: obrigatoriamente por meio da denúncia da lide ou de ação regressiva nos casos em que a lei proíbe a interferência de terceiros. Salienta-se que no caso da denúncia da lide, aplica-se o comprimido nos artigos 70, III, e seguintes do CPC, abraçados ao feito originário *“aquele que estiver obrigado, pela lei ou pelo contrato, a indenizar, em ação regressiva, o prejuízo do que*

⁹⁶ Roberto Norris. *Responsabilidade civil do fabricante pelo fato do produto*. Rio de Janeiro :Forense, 1996.

⁹⁷ Cláudia Lima Marques. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor : o novo regime da relações contratuais*. 3. ed. revista, atualizada e ampliada. São Paulo : RT, 1999.

perder a demanda". Na hipótese de ação regressiva, esta se oferecerá por interferência de ação autônoma, seguindo o rito processual comum⁹⁸.

Pode-se observar que: *O direito de regresso está disposto no artigo 13, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, in verbis: "Art. 13. [...] Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.*

Portanto, o direito de regresso é uma decorrência natural da solidariedade existente entre os fornecedores, desde que não haja prejuízo ao consumidor.

PRODUTO E SERVIÇO.

Os parágrafos primeiro e segundo do art. 3º, da Lei 8.078/90, definiram produto e serviço, os elementos que faltavam para a configuração da relação de consumo.

Assim, o parágrafo primeiro especificou produto como sendo "qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial"; enquanto o parágrafo segundo especificou serviço como sendo 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.

O produto e o serviço devem estar à disposição do consumidor no mercado de consumo, para corresponder a peça da relação de consumo.

⁹⁸ Carlos Roberto Pereira das Neves. Direito de regresso dos bancos em face de empresas de segurança privada decorrente de indenizações pagas a vítimas de crimes denominados "saldinha de banco". Conteúdo Jurídico, Brasília-DF: 21 fev. 2009. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.23109>>. Acesso em: 11 mar. 2009.

Verifica-se, ainda, que o CDC não condiciona que para o produto tenha que necessariamente haver a respectiva remuneração, condicionando-a tão somente ao serviço.

Desse modo, é de se concluir que amostras grátis – produtos pelos quais não há remuneração – enquadram-se na definição do § 1º, do art. 3º, do CDC, pelo fato de estarem à disposição do consumidor no mercado de consumo.

De maneira que, caso uma amostra grátis cause danos ao consumidor por vícios ou defeitos, responde o fornecedor integralmente pela respectiva reparação.

CAPÍTULO VII.

A DEFESA DO CONSUMIDOR

No Império Romano, as práticas de controle de abastecimento de produtos, principalmente nas regiões conquistadas bem como a decretação de congelamento de preços, no período de Diocleciano, se destacam como regras de consumo.

Aristóteles já se referia a manobras de especuladores na Grécia Antiga. Existem estudos também acerca dos depoimentos de Cícero (século I a.C.) que assegurava a garantia sobre vícios ocultos na compra e venda no caso do vendedor prometer que a mercadoria era dotada de qualidades e essas qualidades serem inexistentes. Cícero sempre chamava a atenção nas causas que defendia, para que assegurassem sempre ao adquirente de bens de consumo duráveis a garantia de que as deficiências ocultas seriam sanadas. Caso essas deficiências não pudessem ser sanadas, haveria a rescisão contratual.

A França de Luiz XI, ano de 1481, punia com banho escaldante aquele que vendesse manteiga com pedra para aumentar o peso ou misturasse água no leite. No ano de 1773 aconteceu o episódio contra o imposto do chá, reação dos consumidores contra os produtores do chá inglês.

Nos Estados Unidos, em 1891 foi criada a Liga dos Consumidores de Nova York, "New York Consumers League", atual União dos Consumidores, "Consumers Union", que ao adquirir uma identidade própria deu início efetivo ao

movimento consumista, que se espalharia ao longo do século XX para todo o mundo.

Na Suécia, a primeira legislação de proteção ao consumidor foi em 1910.

Em 1914, nos EUA criou-se a *Federal Trade Commission*, que tinha o objetivo de aplicar a lei antitruste e proteger os interesses do consumidor.

O Direito do Consumidor tem origem nas sociedades capitalistas centrais (EUA, Inglaterra, Alemanha e França), sendo que as primeiras legislações protetivas dos direitos dos consumidores surgiram nos EUA, com o pronunciamento de John Kennedy ao Congresso norte americano em 1962. Kennedy localizou os aspectos mais importantes na questão de proteção ao consumidor, que iriam desde que os bens e serviços deviam ser seguros para uso ao direito a preços justos.

O Dia Mundial dos Direitos do Consumidor foi comemorado, pela primeira vez, em 15 de março de 1983. Essa data foi escolhida em razão do famoso discurso feito, em 15 de março de 1962, pelo então presidente dos EUA, John Kennedy. Em seu discurso, Kennedy salientou que todo consumidor tem direito, essencialmente, à segurança, à informação, à escolha e de ser ouvido. Isto provocou debates em vários países e estudos sobre a matéria, sendo, por isso, considerado um marco na defesa dos direitos dos consumidores.

Eis que, após a segunda guerra mundial, quando surge a sociedade de massa com contratos e produtos padronizados, é que se iniciou uma construção mais sólida no sentido de harmonizar as relações de consumo. Os consumidores passaram a ganhar proteção contra os abusos sofridos, tornando-se uma preocupação social, principalmente nos países da América e da Europa Ocidental que se destacaram por serem pioneiros na criação de Órgãos de defesa do consumidor

Coroando o direito do consumidor como direitos humanos, a Comissão de Direitos Humanos da ONU, em sua 29ª Sessão em 1973, em Genebra, reconheceu os direitos fundamentais do consumidor.

Contemporaneamente, na Carta de Direitos Fundamentais da Europa, incorporada pela Constituição Europeia pelo Tratado de Lisboa de 2007, houve a expressa incorporação no respectivo catálogo da proteção ao consumidor.

NO BRASIL.

Com relação ao Brasil, desde os tempos do império, já se observava uma proteção discreta do consumidor. No Livro V das Ordenações Filipinas encontra-se uma norma de proteção, ainda que indireta, do consumidor. No título LVII diz que “se alguma pessoa falsificar alguma mercadoria, assim como cera, ou outra qualquer, se a falsidade, que nisso fizer, valer hum marco de prata, morra por isso”. Percebe-se que a coação psicológica sobre o fornecedor acabava por proteger o consumidor. Os primeiros debates sobre proteção do consumidor chegaram por volta de 1960. Após um anteprojeto apresentado por Nina Rodrigues em 1971, vários anteprojetos de lei sobre o tema. No projeto do Código Civil (n.º 634-B, 1975) encontravam-se disposições a respeito do tema.

Com efeito, no Brasil, a primeira vez que se constata a preocupação do legislador na proteção do consumidor, embora não fosse o fim precípua da lei, é o Decreto 22.626, de 07.04.1933, que tinha por fim a repressão a prática de usura. A partir daí, incluindo a Constituição de 1934, aparecem as primeiras normas constitucionais de proteção a economia popular (arts. 115 e 117). A Lei 4.137/51, que trata da repressão ao abuso do poder econômico e

reflexamente protege o consumidor, foi precedida pelo Decreto-Lei 869, de 18.11.1938, e depois Decreto-Lei 9.840, de 11.09.1946.

Em 1984, é criado o Juizado de Pequenas Causas pela Lei 7.244, que restou revogada pela Lei 9.099/95, instituidora dos Juizados Especiais.

Como anota Guilherme Ferreira da Cruz⁹⁹, *“não obstante esparsa a legislação nacional foi aos poucos evoluindo na defesa dos consumidores”*.

Em 1978, surgiu a Lei Estadual nº 1903, que no Estado de São Paulo, criou o PROCON, primeiro órgão de defesa do consumidor, sendo que, na esfera federal, o Decreto 91.469/85, alterado pelo 95.508, instituiu o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, extinto e substituído pelo Departamento Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor, subordinado a SNDE na estrutura do Ministério da Justiça.

Ainda em 1985, surge a Lei 7.347, que passou a regulamentar a ação civil pública de responsabilidade pelos danos causados, pois, não havendo prevenção, há de ser reparado o dano causado, trazendo importantíssimo instrumento de defesa dos interesses e direitos transindividuais dos consumidores no Brasil.

Contudo, é fato que, a proteção do consumidor ganhou efetiva importância com a Constituição Federal de 1988, que consagrou a proteção do consumidor como garantia constitucional e como princípio norteador da atividade econômica.

O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A HARMONIZAÇÃO

⁹⁹ Princípios Constitucionais das Relações de Consumo e Dano Moral, outra concepção. p. 53.

A Lei 8.078/90, o chamado Código de Defesa do Consumidor – CDC encerra norma de ordem pública e interesse social, conforme os ditames de seu artigo 1º.

O legislador tratou de expressar a natureza cogente desse sistema normativo protetivo das relações de consumo e da técnica (instrumento) processual da defesa dos interesses dos consumidores individuais e transindividualmente considerados.

Na visão jurídica, temos como de ordem pública e interesse social, o conjunto de normas essenciais à convivência social. A supressão dessas normas levaria a inviabilizar a boa convivência social, posto que seus dispositivos interferem a interesses de enorme número de pessoas.

Assim, ser de norma de ordem pública significa que, toda relação de consumo deve ser, necessariamente, dirimida à luz, da Lei 8.078/90, bem como que, “o juiz deve apreciar de ofício qualquer questão relativa às relações de consumo, já que não incide nesta matéria o princípio dispositivo. Sobre elas não opera a preclusão e as questões a que dela surgem podem ser decididas e revistas a qualquer tempo e grau de jurisdição¹⁰⁰”.

Ao consignar ser a norma de interesse social, o legislador deixou bem claro a importância dos interesses e direitos tutelados – metaindividuais (coletivos, difusos e individuais homogêneos), transcendendo, assim, a relação jurídica tradicional, inserindo-se entre direitos mais protegidos aos seres humanos.

Logo, a Lei 8.078/90, interessa a todos, inclusive os agentes econômicos fornecedores, que a realidade do mercado seja sadia e construtiva. Portanto, não há como negar a condição de interesse social alcançada pela legislação consumerista, reconhecendo-a como tuteladora efetiva de relações que

¹⁰⁰ Nelson Nery Junior, *in* CPC Comentado, 2ª Ed., São Paulo, Revista dos Tribunais, p. 1651.

afetam instituições essenciais para a própria sobrevivência pacífica e produtiva da organização social.

A Política Nacional das Relações de Consumo, por sua vez, 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 de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

As necessidades do consumidor são satisfeitas, justamente na medida em que lhe é assegurado o consumo e o acesso aos bens e serviços de primeira necessidade ou não, observados seus direitos básicos, estampados no artigo 6º, do CDC.

Daí que esse conceito de atendimento às necessidades do consumidor está diretamente ligado à efetividade, no sentido de que, suas necessidades também somente serão atendidas uma vez respeitada sua saúde e segurança, protegido seus interesses econômicos e permanentemente buscada a melhoria de sua qualidade de vida.

No que tange à transparência e a harmonia das relações de consumo, entendemos que esses itens, embora objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, conforme o *caput* do artigo 4º, do CDC, integram, respectivamente, os princípios, dos incisos IV e III, do referido dispositivo legal.

Quanto aos princípios, pode-se dizer que o CDC aponta princípios que dirigem a relação de consumo e como espinha dorsal da proteção ao consumidor tem-se a entrada da vulnerabilidade, estimado a base de onde se irradiam todos os outros princípios informadores do sistema consubstanciado no Código de Defesa do Consumidor. Este princípio expressamente estampado na Lei 8.78/90, no seu art. 4º, I, “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;” pode ser estimado como sendo aquele que caracteriza o consumidor, intrínseca e indissociavelmente, como ente vulnerável, sendo uma

premissa básica e indispensável ao justo e equânime estabelecimento das relações de consumo.¹⁰¹

Além da vulnerabilidade, é princípio do artigo 4º, do CDC, “ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor”, verificando-se, novamente, que aqui o legislador remete-se a efetividade, não bastando, assim, a mera intenção do Estado na proteção do consumidor, mas sendo obrigatórios medidas efetivas e eficientes de proteger o consumidor, seja por iniciativa direta, seja incentivando a criação de órgãos autárquicos ou associações representativas.

Também se exige a presença do Estado no mercado de consumo como meio de efetividade de ação governamental de proteção ao consumidor. Sendo que, nesse particular a presença do Estado, além de ocorrer pelos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, se dá inclusive através das agências reguladoras e órgãos metrológicos, na verificação da garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

A boa-fé, que antes de ser legal é princípio moral, nas relações de consumo foi positivada como imperativo de conduta, a boa-fé objetiva, daí, segundo Belinda Pereira da Cunha:

“não há que se falar, assim, na presença de boa ou má-fé, observando-se a conduta dos participantes da relação jurídica de consumo, sendo desnecessária a inserção de cláusula de boa-fé nos contratos em estudo, por tratar-se de regra de que a boa-fé sempre está presente no núcleo das relações de consumo tuteladas pelo Código de Consumidor”¹⁰².

¹⁰¹ SILVA, Fernando Borges da. *O Código de Defesa do Consumidor: um microsistema normativo eficiente?*. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 873, 23 nov. 2005.

¹⁰² Direito do Consumidor. p.30

De modo que, deve o fornecedor agir com correção, dentro das normas principiológicas impostas pela Lei 8.078/90, com probidade, honestidade e lealdade. Sempre que o fornecedor praticar atos de fornecimento de produtos ou serviços nos limites de conduta impostos pelo CDC estará agindo com boa-fé objetiva. Da mesma forma que sempre que um contrato de consumo não contiver cláusulas abusivas ou iníquas e, assim, seguir os permissivos da Lei 8.078/90, o respectivo proponente terá agido com boa-fé objetiva.

Na esteira das relações de consumo, a boa-fé objetiva é regra de conduta de seguir estritamente dentro dos princípios do Código de Defesa do Consumidor, não só ao fornecedor, mas também ao consumidor, que, deve agir com lealdade e transparência, nunca se tentando se prevalecer das prerrogativas que possui enquanto vulnerável.

Por fim, resta enfrentar o princípio da compatibilização, assim entendido como “a harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e a 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 de consumo”.

Apontando que a compatibilização leva a um comércio justo, eis a definição de comércio justo trazida por Alfonso Cotera Fretel e Eloïse Simoncelli-Bourque:

“o processo de intercâmbio comercial orientado para o reconhecimento e a valorização do trabalho e das expectativas dos produtores e consumidores, permitindo uma melhoria substancial na qualidade de vida das pessoas, tornando viável a vigência dos direitos humanos e o respeito ao meio ambiente numa perspectiva de

desenvolvimento humano, solidário e sustentável”¹⁰³.

A defesa do consumidor e a livre iniciativa compõem, em igualdade de condições, os princípios em que se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal)¹⁰⁴, sendo que, o legislador integrou este contexto, concomitantemente: a) princípios destinados a propiciar a todos uma existência digna e com justiça social; b) os objetivos, da proteção da livre iniciativa e da busca do pleno emprego (que só viabiliza-se pelas atividades empresariais, incluindo as dos fornecedores). Assim, de forma explícita no CDC (e implícita na nossa Carta Magna), a harmonização das relações de consumo foi inserida como princípio, de modo a instaurar um regime de convivência e integração profícua de interesses, pois naquilo que é substancial, tem-se que o bem-estar social e os interesses finais dos consumidores e dos bons fornecedores, acabam tendo enormes pontos de coincidência. E mais, quando corretamente compatibilizados contribuem para o desenvolvimento econômico e tecnológico, contexto que deve ser permeado de boa-fé e equilíbrio como forma de viabilizar os princípios constitucionais em que se funda a ordem econômica.

Deste modo, a existência deste princípio da harmonização torna inequívoco que na relação de consumo deve haver paz e justiça contratual, via de consequência, harmonia e equilíbrio de maneira que as obrigações assumidas pelo consumidor sejam proporcionais à contra parte de fornecimento, conciliando os interesses antagônicos desses agentes, como ensina Ricardo Sayeg:

“Todo ato mercantil praticado tem em si uma finalidade social, não apenas uma realização econômica de seu agente, de modo que, atendendo a função social da relação de

¹⁰³ O comércio justo e o consumo ético. p.19.

¹⁰⁴ “Esse princípio aparentemente conflita com o princípio da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, mas em realidade põe em relevo que a relação jurídica de consumo deve ser justa e equilibrada, devendo atender aos legítimos interesses do consumidor e do fornecedor, sem que a vontade e o interesse de uma parte sejam impostos a outro”. (Ronaldo Alves de Andrade. Direito do Consumidor. p. 59)

consumo, no art. 4º, III, do CDC, está consagrado o princípio da compatibilidade da relação de consumo. Tal princípio estabelece a harmonia dos interesses dos participantes das relações de consumo, e a compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico, sempre com base na boa-fé e equidade nas relações entre consumidor e fornecedor¹⁰⁵”.

Por evidente, os interesses do consumidor e fornecedor na relação de consumo são respectivamente contrapostos, mas, independentemente disso, o vínculo jurídico constituído entre eles deve ser harmonioso e equilibrado, de modo a expressar a pacificação das pretensões.

É que, enquanto o fornecedor pratica o ato de fornecimento sob a natureza jurídica da empresariedade, o consumidor é o sujeito passivo do mesmo ato de fornecimento sob a natureza jurídica do direito de consumir. Ou seja, para a sua subsistência inata a sua condição humana.

Isso, ao final, é justamente expressão do princípio da proporcionalidade, que estabelece a regra de calibragem como imperativo do Direito Consumerista, para que não se permita abusos do fornecedor, entretanto, sem permitir a supremacia do consumidor, pois esse não é o objetivo do Código.

Guilherme Fernandes Neto, bem assinala que:

“A absorção do princípio da proporcionalidade do direito constitucional pelo direito do consumidor fica ainda mais evidente quando se analisa o art. 4º, inciso III, do CDC, o qual dispõe que a harmonização dos participantes da relação de consumo far-se-á 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

¹⁰⁵ Práticas Comerciais Abusivas. p. 46.

fornecedores. Assim, verifica-se que as relações de consumo (e não somente os contratos de consumo) devem ser harmônicas, o que se dará em razão do equilíbrio, que é a consubstanciação do princípio da proporcionalidade. É justamente a proporcionalidade nas relações de consumo que possibilitará alcançar a justiça social e, ipso facto, como antecedente lógico, a justiça contratual ¹⁰⁶.

De seu turno, Manoel Aureliano Ferreira Neto, aduz que:

“Assim, a proporcionalidade, como princípio, tem como essência e finalidade preservar os direitos fundamentais, revestindo-se de natureza de “princípio dos princípios”, ou seja, verdadeiro principium ordenador do direito, estando implicitamente previsto no § 2º. do 5º. da Constituição Federal. Corresponde, pois, na concepção de Willis Santiago Guerra, a um direito ou garantia fundamental, já que, ao lado do princípio da isonomia, (traduz este a idéia aristotélica de “igualdade proporcional”), tem como finalidade preservar os direitos fundamentais, apresentando-se como mandamento de otimização do respeito máximo a todo direito fundamental, em situação de conflito com outro (s), na medida do jurídico e faticamente possível” ¹⁰⁷.

Enfim, a defesa do consumidor é assegurar-lhe sua dignidade enquanto pessoa humana e conformar sua condição vulnerável no mercado de consumo, buscando a compatibilização dos interesses, com conformação no princípio da proporcionalidade.

¹⁰⁶ Abuso de Direito no Código de Defesa do Consumidor. P. 70,71

¹⁰⁷ A aplicação dos princípios da proporcionalidade e da razoabilidade nas relações de consumo. p. 38.

CONCLUSÃO

Conclui-se, portanto, que o direito do consumidor é direito humano, transversalmente enquadrado em todas as suas três dimensões relativas às liberdades negativas, liberdades positivas e direitos de terceira dimensão voltados à fraternidade.

Independentemente de se enquadrar como direito humano transversal em todas as suas dimensões, constitucionalmente, o direito do consumidor foi elevado à categoria de direito fundamental, não obstante sua defesa também seja princípio da ordem constitucional econômica do Brasil.

Posteriormente a afirmação constitucional brasileira do direito do consumidor como direito fundamental, a União Européia reafirmou esta situação jurídica relevantíssima, pela Carta de Direitos Fundamentais da Europa incorporada à Constituição Européia pelo Tratado de Lisboa de 2007¹⁰⁸.

Entretanto, enquanto direito humano e mesmo afirmado constitucionalmente como direito fundamental, o direito do consumidor deve ser aplicado com ponderação ao direito do fornecedor, que também é, a princípio, direito humano e igualmente foi afirmado na categoria de direito fundamental.

Essa ponderação é juízo de proporcionalidade, determinado pelo princípio da compatibilização da relação de consumo.

¹⁰⁸ Art. 38 - *As políticas da União devem assegurar um elevado nível de defesa dos consumidores.*

Significa dizer que o direito do consumidor é pré-existente a própria cidadania, pois é direito inato ao homem e indiferente a outorga estatal, de modo que não pode ser suprido por ato do Estado, bem como, que nele – direito do consumidor- está compreendido o entendimento de direito de síntese entre a liberdade, igualdade e fraternidade.

BIBLIOGRAFIA

ALEXY, Robert. *Teoria dos direitos fundamentais*. Trad. Virgílio Afonso da Silva. São Paulo. Malheiros. 2008.

ALMEIDA, Pericles Ferreira. *Excludentes do nexo de causalidade na responsabilidade civil extracontratual*. Jus Navigandi, Teresina, ano 8, n. 248, 12 mar. 2004.

ANDRADE, Ronaldo Alves de. *Curso de direito do consumidor*. Barueri. Manole, 2006.

ANTAS Jr, Ricardo Mendes. *Desafios do consumo*. Petrópolis. Vozes, 2007.

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. 10 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

AZEVEDO, Fernando Costa de. *Defesa do consumidor e regulação: a participação dos consumidores brasileiros no controle da prestação de serviços públicos*. Porto Alegre. Livraria do Advogado, 2002.

BACHARÉIS NO VAREJO, *Jornal OAB Nacional*. Ano X, n.º 69, Brasília, fevereiro de 1999. p. 7.

BARACHO, José Alfredo de Oliveira. *Teoria geral da cidadania, a plenitude da cidadania e as garantias constitucionais e processuais*, São Paulo: Saraiva 1994,

BARBOSA, Livia. *Sociedade de Consumo*. 2ª ed. Rio de Janeiro. Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. *Vida de consumo*. Trad. Mirta Rosenberg y Jayme Arrambide. Espanha. Fondo de Cultura Económica, 2007.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos e. *O conceito jurídico de consumidor*. RT 628/68-79

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcelos e et. al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor, comentado pelos Autores do Anteprojeto*, 8ª Ed, Rio de Janeiro. Forense Universitária. 2004.

BESSA, Leonardo Roscoe. *O consumidor e seus direitos: ao alcance de todos*. 3ª ed. Brasília, Brasília Jurídica, 2006.

_____. *Relação de Consumo e aplicação do Código de Defesa do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais. 2009.

BITTAR, Carlos Alberto. *Direitos do Consumidor*. Rio de Janeiro; Forense Universitária, 1990.

BITTAR, Carlos Alberto. *Responsabilidade civil*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

BOBBIO, Norberto, 1909 – 2004. *A era dos direitos*. Tradução de Carlos Nelson Coutinho; apresentação de Celso Lafer. Nova ed. 6ª reimpr. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BONAVIDES, Paulo. *O princípio constitucional da proporcionalidade e a proteção dos direitos fundamentais*. In: Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, v. 34, n. 34, p. 275-91, 1994.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2007.

_____. "La Production de la Croyance: Contribution a une Économie des Biens Symboliques". *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1977.

CARNELLUTI, Francesco. *A Prova Civil*. São Paulo: Bookseller, 2001. p. 48. *Apud* CARVALHO, José Carlos Maldonado de. *A Inversão o Ônus da Prova e a Inversão do Encargo Decorrente Sob a Ótica do Direito do Consumidor*. In: Revista de Direito do Consumidor, nº 46, Abril-Junho/2003. Editora Revista dos Tribunais.

CASTRO, Flávia Viveiros de. *Danos à pessoa nas relações de consumo: uma abordagem civil e constitucional*. Rio de Janeiro. Lumem Juris, 2006.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de responsabilidade civil*. 6ª ed., São Paulo: Malheiros, 2005

COMPARATO, Fábio Konder. *A afirmação histórica dos direitos humanos*. São Paulo, Saraiva, 2004

COSTA, Judith Martins. *A guerra do vestibular e a distinção entre publicidade enganosa e clandestina*. in Revista de Direito do Consumidor, volume 6, São Paulo. RT.

CHIAVENATO, Júlio José. *Ética globalizada & sociedade de consumo*. 2ª ed. São Paulo. Moderna, 2004.

CORRÊA, Luis Fernando Nigro e CORRÊA, Osiris Leite. *Código de Defesa do Consumidor: Aspectos relevantes*. Belo Horizonte. Del Rey, 2007.

COVRE, Maria de Lourdes Manzini. *O que é cidadania*. São Paulo. Brasiliense. 1999.

CRUZ, Guilherme Ferreira da. *Princípios constitucionais das relações de consumo e dano moral: outra concepção*. São Paulo. Revista dos Tribunais, 2008.

CUNHA, Belinda Pereira. *Direito do Consumidor*. São Paulo Saraiva, 2007

DI MAGGIO, Paul e Hugh LOUCH. *Socially Embedded Consumer Transactions* "For What Kind of Purchases do People Most often Use Networks? *American Sociological Review*. Vol. 63, nº 5: 619-637. 1998.

DUQUE, Marcelo Schenk. *Cláusulas constitucionais de inabolibilidade, realidade e garantia de identidade da Constituição: um olhar sob o prisma do direito fundamental de proteção ao consumidor*. São Paulo. *Revista Nacional de Direito do Consumidor*. RDC 66, 2008.

EFING, Antônio Carlos. *Fundamentos Do direito das relações de consumo*. 2ª ed. Curitiba. Juruá, 2008.

Endereçoeletrônico<<www.itv.org.br/site/publicacoes/igualdade/direito_desenvolvimento.pdf>>. Acesso em 9 de março. 2009.

FERNANDES NETO, Guilherme. *O abuso de direito no Código de Defesa do Consumidor: Cláusulas, práticas e publicidade abusivas*. Brasília. Brasília Jurídica. 1999.

FERREIRA Filho, Manoel Gonçalves. *Direitos humanos fundamentais*. 10ª ed. São Paulo. Saraiva, 2008.

FERREIRA Neto, Manoel Aureliano. *A aplicação dos princípios da proporcionalidade e da razoabilidade nas relações de consumo: decisões fundamentadas, que não traduzem os critérios jurídicos na aplicação desses princípios*. São Luís. Fiúza, 2008.

FILIPPETTO, Maria Elizabeth Carvalho Pádua. *Os direitos do consumidor e do fornecedor com relação a produtos defeituosos*. *Jus Navigandi*, Teresina, ano 4, n. 43, jul. 2000. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=712>- acesso em 11 Mar de 2009

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas, 1991.

FRETEL, Afonso Coteria e SIMONCELI-BOURQUE, Eloïse. *O comércio justo e o consumo ético*. Trad. Ricardo Salles. Rio de Janeiro. DP&A: Fase, 2003.

FROTA, Mário. *Direito europeu do consumo: reflexo das políticas dos consumidores da União Européia*. Curitiba. Juruá, 2007.

GALEANO, Eduardo. *De pernas pro ar: a escola do mundo do avesso*. 8. ed. Porto Alegre: L&PM, 2005.

GAMA, Hélio Zaghetto. *Direitos do Consumidor, Código de Defesa do Consumidor Referenciado e Legislação Correlata*, 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense. 1997.p.92/93.

GIDDENS, Anthony. *A terceira via – reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da social-democracia*. Rio de Janeiro, Record, 2005.

GONÇALVES, Carlos Roberto. *Responsabilidade Civil*. 6a ed., São Paulo: Saraiva 1995. p. 18.

GRIMBERG, Rosana. *Fato do produto ou do serviço: Acidentes de consumo*. *Revista de Direito do Consumidor*. Editora Revista dos Tribunais, São Paulo, nº 35, Julho/Setembro, 2000.

GUERRA FILHO, Willis Santiago. *Processo constitucional e direitos fundamentais*. São Paulo, RCS, 2007.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988: interpretação e crítica*. 13ª ed. São Paulo. Malheiros Editores, 2008.

ISHIKAWA, Lauro. *O direito ao desenvolvimento como concretizador do princípio da dignidade da pessoa humana*. Dissertação de mestrado aprovada e não publicada, na Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2008.

JURUÁ, Ceci Vieira. *O vazio na economia: o deserto e as miragens*. Disponível em: http://ecopol.socioeco.org/documents/34ceci_p.htm acessado em 10/07/2009

KANT, Immanuel. *A metafísica dos costumes*. São Paulo, Edipro, 2003.

LISBOA, Roberto Senise. *Relação de consumo e proteção jurídica do consumidor no direito brasileiro*. São Paulo. Juarez de Oliveira, 1999.

_____. *Responsabilidade Civil nas relações de Consumo*. São Paulo: RT, 2001.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. *Princípios sociais dos contratos no CDC e no novo Código Civil*. Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 55, mar. 2002 Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2796>>. Acesso em: 09 mar. 2009.

_____. *Teoria geral das obrigações*. São Paulo: Saraiva 2005.

LYRA, Marcos Mendes. *Controle das cláusulas abusivas nos contratos de consumo*. São Paulo: Juarez de Oliveira, 2003.

MAGALHÃES, José Luiz Quadros de. *Direitos humanos: evolução histórica*, Revista Brasileira de Estudos Políticos. 1992.

MALFATTI, Alexandre David. *Direito-informação no Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo. Alfabeto Jurídico. 2003.

MARINS, James. *Responsabilidade da empresa pelo fato do produto*. São Paulo: RT, 1993.

MARITAIN, Jacques. *O homem e o estado*. Trad. Alceu Amoroso Lima. 3ª ed. Rio de Janeiro. Agir, 1959.

_____. *Humanismo integral*. São Paulo, Nacional, 1941.

MARQUES, Claudia Lima. *Direitos do Consumidor Endividado: superendividamento e crédito*. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais, 2006 (Biblioteca de direito do consumidor, v. 29).

_____. *Planos privados de assistência à saúde. Desnecessidade de opção do consumidor pelo novo sistema. Opção a depender da conveniência do consumidor. Abusividade de cláusula contratual que permite a resolução do contrato coletivo por escolha do fornecedor: parecer*. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, v. __, n.31, p. 134, jul./set. 1999.

_____. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, ed. RT, São Paulo, 1999

_____. *et alii. Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: RT,

MARSHALL, Thomas Humprey. *Cidadania, Classe Social e Status*. Rio de Janeiro. Zahar Editores. 1967.

MATSUSHITA, Thiago. *Análise reflexiva da regra matriz da ordem econômica*. Dissertação de mestrado aprovada e não publicada, na Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2007.

MIGUELES, Carmen. *Antropologia do consumo: casos brasileiros*. Rio de Janeiro. Editora FGV, 2007.

MONTORO, Andre Franco. *Cultura dos Direitos Humanos, artigo inserido na obra Direitos Humanos – Legislação e Jurisprudência*, vol. I.

MORAES, Alexandre de *Direitos fundamentais: teoria geral, comentários aos arts. 1º a 5º da Constituição da República Federativa do Brasil, doutrina e jurisprudência*. 1ª ed., São Paulo, 1998;

MORAES, Maria Helena Bodin de. *Danos à pessoa humana, uma leitura civil constitucional dos danos morais*. Rio de Janeiro. Renovar. 2003.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do Consumidor. O princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais*. 3ª ed. revista, atualizada e ampliada. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2009.

MORIN, Edgar. *O método 5 – A humanidade da humanidade*. Rio Grande do Sul: Sulina, 2005.

NORRIS, Roberto. *Responsabilidade civil do fabricante pelo fato do produto*. Rio de Janeiro: Forense. 1996.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. *O Código de Defesa do Consumidor e sua interpretação Jurisprudencial*. São Paulo: Saraiva 1997.

_____. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2ª ed., São Paulo: Saraiva 2005.

PEREIRA Caio Mario da Silva, *Responsabilidade Civil*, Rio de Janeiro: [s.ed.], 1994.

_____. *Instituições de direito civil*. Rio de Janeiro: Forense, 10ª ed.

PIOVESAN, Flávia. *Direitos humanos e o direito constitucional internacional*. 7. ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Saraiva 2006.

_____. *Temas de direitos humanos*. 1ª ed., São Paulo: Max Limonad, 1998.

PODESTÁ, Fábio Henrique. *Interesses Difusos, Qualidade da Comunicação e Controle Judicial*. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais. 2002.

PÜSCHEL, Flavia Portella. *A responsabilidade por fato do produto no CDC*. São Paulo: Quartier Latin, 2006.

QUEIROZ, Ricardo Canguçu Barroso de. *Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço x responsabilidade pelo vício do produto e do serviço: paralelo*. Jus

Navigandi, Teresina, ano 5, n. 47, nov. 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=715>>. Acesso em: 11 mar. 2009.

REALE, Miguel. *O homem e seus horizontes*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Topbooks. 1997.

ROSSEAU, Jean-Jacques. *Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens: precedido de discurso sobre as ciências e as artes*. Trad. Maria Ermantina de Almeida Prado Galvão. 3ª ed. São Paulo. Martins Fontes, 2005.

SAAD, Eduardi Gabriel. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo. LTR. 1991.

SANTOS, Milton. *Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal*. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 2000.

SARAIVA, Cláudio Henrique Leitão. *Da responsabilidade do comerciante pelo fato do produto e do serviço*. Jus Navigandi, Teresina, ano 6, n. 58, ago. 2002.

SARLET, Ingo Wolfgang. *A eficácia dos direitos fundamentais*. 9ª ed. Porto Alegre. Livraria do Advogado. 2008.

SAYEG, Ricardo Hasson. *Doutrina Humanista de Direito Econômico*. Tese de Livre Docência depositada, admitida e aprovada na Faculdade de Direito da PUC/SP, atualizada e revista para publicação. 2009.

_____. *Aspectos Contratuais da exclusividade no fornecimento de combustíveis automotivos*. Bauru, São Paulo: EDIPRO, 2002.

_____. *Práticas Comerciais Abusivas*. São Paulo: EDIPRO, 1995.

_____. *O capitalismo humanista no Brasil*. 2008. Capítulo de Livro (Aceito para publicação Conjunta no Exterior) PUC/SP. São Paulo.

_____. e MATSUSHITA. Thiago Lopes. *O direito econômico brasileiro como direito humano tridimensional*. 2008. Capítulo de Livro (Aceito para publicação Conjunta no Exterior) PUC/SP. São Paulo.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo, Companhia das Letras, 2000.

SEGUNPTA, Arjun K., *O direito ao desenvolvimento como um direito humano humano*. Endereço eletrônico <<www.itv.org.br/site/publicacoes/igualdade/direito_desenvolvimento.pdf>>. Acesso em 21.9.2008.

SIDOU, J. M. Othon. *Proteção ao Consumidor*. Rio de Janeiro, Forense, 1977.

SILVA, Marco Antonio Marques da, e MIRANDA, Jorge (org.). *Tratado Luso-Brasileiro da Dignidade Humana*. São Paulo, Quartier Latin, 2008.

SILVA, Wilson Melo da. *Responsabilidade sem culpa*. São Paulo: Saraiva, 1974.

SILVA, João Clavão da. *Responsabilidade civil do produtor*. Coimbra: Livraria Almedina, 1990.

SILVA, Gustavo Passarelli da. *A responsabilidade objetiva no direito brasileiro como regra geral após o advento do novo Código Civil*. Jus Navigandi, Teresina, ano 7, n. 65, maio 2003. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4045>>. Acesso em: 11 mar. 2009.

SILVA, Ana Graziela Acosta. *Direito de regresso nos contratos de faturização*. Jus Navigandi, Teresina, ano 8, n. 220, 12 fev. 2004. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4818>>. Acesso em: 09 mar. 2009.

SILVA, Fernando Borges da. *O Código de Defesa do Consumidor: um microssistema normativo eficiente?*. Jus Navigandi, Teresina, ano 10, n. 873, 23

nov. 2005. Disponível em <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=7564>>. Acesso em: 09. Mar. 2009.

SILVEIRA, Vladimir Oliveira da. *O Direito ao desenvolvimento na doutrina humanista do direito econômico*. Tese de doutorado aprovada e não publicada, na Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2006.

SODRÉ, Marcelo Gomes. *A construção do direito do consumidor*. São Paulo. Atlas. 2009.

STIGLITZ, Joseph E. *A globalização e seus malefícios*. São Paulo, Futura, 2002.

STOCO, Rui, *Tratado de Responsabilidade Civil*. 6.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

TRINDADE, Antonio Augusto Cançado. *Tratado de Direito Internacional dos Direitos Humanos*. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris, 2003. vol. III.

VENOSA, Sílvio de Salvo, *Responsabilidade Civil*. 2.ed. São Paulo: Atlas S., 2002.

VITA, Danillo José Souto. *Responsabilidade civil do fabricante de fogos de artifício por defeito do produto*. Jus Navigandi, Teresina, ano 12, n. 1644, 1 jan. 2008. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=10806>>. Acesso em: 09 mar. 2009.

VOLPI, Alexandre. *A história do consumo no Brasil: do mercantilismo à era do foco no cliente*. Rio de Janeiro. Elsevier, 2007.

WEIS, Carlos. *Direitos Humanos Contemporâneos*. São Paulo: Malheiros, 2005.

WERNER José Guilherme Vasi. *Vícios e Defeitos no Produto e no Serviço: da Garantia e da Responsabilidade*. In: Revista de Direito do Consumidor, nº 58, Abril-Junho/2006, Editora Revista dos Tribunais.

ZABIEGLIK, Stefan. "The Origins of the Term Homo Oeconomicus", Gdansk.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)