

DIREITO DO CONSUMIDOR

O que torna difícil a definição de Direito são os seus mais variados conceitos, cada um de acordo com a sua aplicação.

O conceito de Direito mais relacionado com a Teoria do Estado ou da política é o de *ordenamento normativo*. Esse conceito ocorre, por exemplo, em expressões como “Direito positivo brasileiro” e compreende as normas de conduta e de organização social, *tendo por conteúdo a regulamentação das relações fundamentais para a convivência e sobrevivência do grupo social* (BOBBIO, 2004, p. 349).

Essas normas têm como objetivo *regular a vida humana em sociedade* (MARTINS, 2006: 4), impedindo ações que possam levar a sociedade ao colapso. O que diferencia o direito dos demais ordenamentos (estruturas que constituem uma sociedade) é a possibilidade de se recorrer à força para buscar a solução de seus conflitos e a obtenção de respeito às normas instituídas pelo Estado.

Ou seja, trata-se de um *ordenamento normativo coativo* (BOBBIO, 2004, p. 349), diferentemente dos demais ordenamentos normativos – valor moral, social, os costumes, pois estes não autorizam o uso da força para o seu cumprimento.

Com a estatização do Direito, e conseqüentemente a juridificação do Estado – passagem da sociedade do Direito privado, de um Direito imperfeito e não protegido, pois falta um poder *supra partes* capaz de dirimir as controvérsias de modo imparcial, para a sociedade de Direito público, perfeito – o Direito tende a ser definido como o conjunto de regras postas ou impostas por aquele que detém o poder soberano.

Dessa forma, o Direito do consumidor é o ramo do direito que regulamenta as relações de consumo, dispondo sobre os direitos básicos do consumidor. Para que sejam aplicadas as normas consumeristas, é necessário que haja um vínculo jurídico no qual uma das partes, seja ela pessoa física ou jurídica, adquira produtos ou serviços de outra pessoa denominada

produtor ou fornecedor. Então, onde uma das partes for considerada consumidor, o Direito do Consumidor regulará tal relação.

Para Othon Sidou, *consumidor é qualquer pessoa natural ou jurídica, que contrata, para utilização, a aquisição de mercadoria ou a prestação de serviço, independentemente do modo de manifestação da vontade.* (SIDOU, 1977, p. 2). Portanto, para essa corrente, consumidor é *aquele que adquire (utiliza) um produto para uso próprio e de sua família* (MARQUES, 1992, p. 67-69). Trata-se da corrente finalista, pois, para estes, apenas nas relações onde a pessoa retira do mercado o produto e/ou serviço como destinatária final é que serão aplicadas as normas consumeristas.

Já para os maximalistas, a definição de consumidor deve ser *interpretada o mais extensivamente possível(...), não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço.* (MARQUES, 1992, p. 67-69).

O Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90, doravante, CDC, é a legislação aplicável às relações de consumo no Brasil. Esta inovou, contrariando a *filosofia consumerista, ao colocar a pessoa jurídica como também consumidora de produtos e serviços.* (FILOMENO, 2001, p. 31).

No CDC, à presença do consumidor, para que se apliquem as normas consumeristas à relação, deverá ser analisado caso a caso, levando-se em consideração os seguintes pontos: os bens adquiridos não sejam bens de capital, mas sim bens de consumo; *que haja entre fornecedor e consumidor um desequilíbrio que favoreça o primeiro.* (LOPES, 1992, p. 79). Conclui-se que o CDC protege todos aqueles que podem sofrer com os abusos do poder econômico de uma empresa, posto que o legislador procurou proteger *os mais fracos contra os mais fortes, o leigo contra o melhor informado.* (FILOMENO, 2001, p. 117)

O CDC, ainda, em seu art. 3º, define como fornecedor *toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços* (FILOMENO, 2001).

Dessa forma, quando alguém adquire um produto – qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial – ou serviço - 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 – e este alguém está vulnerável, devido à grande disparidade econômica e tecnológica entre ele e o fornecedor, nesta relação, serão aplicados os direitos do consumidor.

Dentre os direitos básicos do consumidor definidos pelo CDC, destacam-se a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços; a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; proteção contra toda e qualquer prática abusiva, inclusive propaganda enganosa; a efetiva reparação de todos os danos decorrentes das relações de consumo.

Por isso, o direito do consumidor pode ser considerado um conjunto normativo específico, que visa assegurar a promoção dos interesses do consumidor, procurando, em suma, a equidade nas relações entre consumidor e fornecedor.

DANIEL MENDES BARBOSA

BOBBIO, N. *Dicionário de política*. Brasília: UNB, 2004. v. 1

FILOMENO, J. G.B. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

LOPES, José Reinaldo de Lima Lopes. *Responsabilidade civil do fabricante e a defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992.

MARQUES, Cláudia Lima. *Código de defesa do consumidor*: o novo regime das relações contratuais. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1992,

MARTINS, Sérgio Pinto. *Instituições de direito público e privado*. São Paulo: Atlas, 2006.

SIDOU, Othon. *Proteção do consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1977.