

**FACULDADES INTEGRADAS  
“ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**

FACULDADE DE DIREITO DE PRESIDENTE PRUDENTE

**OS PRINCÍPIOS GERAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO  
CONSUMIDOR E AS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS  
DE CONSUMO**

Telma Caetano da Silva

Presidente Prudente/SP  
2004

**FACULDADES INTEGRADAS  
“ANTÔNIO EUFRÁSIO DE TOLEDO”**

FACULDADE DE DIREITO DE PRESIDENTE PRUDENTE

**OS PRINCÍPIOS GERAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO  
CONSUMIDOR E AS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS  
DE CONSUMO**

Telma Caetano da Silva

Monografia apresentada como requisito parcial  
de Conclusão de Curso para obtenção do Grau  
de Bacharel em Direito, sob orientação do  
Professor Jurandir José dos Santos.

Presidente Prudente/SP  
2004

**OS PRINCÍPIOS GERAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO  
CONSUMIDOR E AS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS  
DE CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado  
como requisito parcial para obtenção do  
Grau de Bacharel em Direito.

Jurandir José dos Santos  
Orientador

Florestan Rodrigo do Prado  
1º Examinador

Marcelo Freitas Miranda dos Santos  
2º Examinador

Presidente Prudente, 1º de Dezembro de 2004.

Dedico este trabalho aos meus pais pela dedicação e pelo amor que sempre me devotaram. Às minhas irmãs, pela amizade e incentivo constantes. Aos meus amigos, pelo apoio cotidiano e alegria infindável. E a todos aqueles que de alguma forma contribuíram para a elaboração deste trabalho.

O consumidor é o elo mais fraco da economia; e nenhuma corrente pode ser mais forte do que seu elo mais fraco.

Henry Ford

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, pela força que me dá, pelo alento nos momentos difíceis e pelos “tesouros” que colocou na minha vida.

Agradeço aos meus pais, Manoel Giló da Silva e Maria Angela Caetano da Silva. À minha mãe, minha amiga, exemplo de vida e força, sou profundamente grata pela dedicação extrema, pelo apoio e pelo amor incondicional; sou-lhe extremamente grata por ter-me iniciado nos estudos como minha primeira professora. Ao meu pai, meu melhor amigo, agradeço a dedicação ilimitada, o carinho e a compreensão; agradeço, também, por ter suprimido minhas dúvidas a respeito da Língua Portuguesa ao longo deste trabalho. À eles agradeço por terem me dado a vida, por serem exemplos de seres humanos dignos, e por me proporcionaram todos esses anos de estudos.

Agradeço às minhas irmãs, Cláudia e Fernanda, que por toda a minha vida foram grandes amigas; agradeço pelos conselhos, pelo incentivo, pelo apoio e pelos momentos de felicidade. Agradeço ao Marcelo e ao Washington, amigos para toda a vida, pela ajuda que dedicaram a mim. Ao Marcelo sou grata, também, por ter aceitado compor a banca examinadora, dedicando horas de seu tempo à análise deste trabalho.

Às minhas amigas, Carolina, Daniela e Érica, que sempre me acompanharam desde o início por esta jornada, agradeço pelo apoio e alegria que me proporcionaram. Sou muito grata, também, aos amigos que tive a felicidade de conhecer ao longo do curso, como Ana Vivian, Dona Maria José (que conheci antes e que muito me ajudou), Líriam, Marcelino, Ricardo, Tatiana e tantos outros.

Agradeço aos amigos e colegas de sala, pelos anos maravilhosos de convivência.

Agradeço imensamente ao Professor Jurandir, sempre paciente e solícito, que me orientou e me ajudou neste trabalho. Muito obrigada Professor, por suas palavras de incentivo! Agradeço ao Professor Florestan, que gentilmente aceitou o convite para compor a banca examinadora, apesar de seus inúmeros compromissos.

Devo agradecer, também, aos professores da faculdade, pelo inesquecível período de aprendizado e convivência.

Agradeço, enfim, a todos aqueles que contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho e para o meu aprendizado durante todos esses anos. Muito obrigada a todos!

## RESUMO

Neste trabalho discute-se a proteção do consumidor e a premente necessidade em se tutelar os destinatários finais de produtos e serviços. Demonstra-se a evolução do tema e a importância que alcançou ao longo dos anos. Verifica-se que os consumidores só mereceram proteção efetiva a partir do século XX, quando surgiram leis específicas para tutelá-los. É de se notar que para a elaboração deste estudo, utilizou-se fontes bibliográficas e o método dedutivo, para se demonstrar as teses apresentadas.

O presente trabalho confirma que as relações de consumo são imprescindíveis para a sociedade atual, mostrando-se fundamentais para a economia. Diante disso, também é essencial que se assegure os direitos do consumidor.

Neste contexto, a Lei nº 8.078/90 mostra-se como o instrumento jurídico adequado para a tutela dos consumidores. Isso porque estabelece os princípios fundamentais sobre os quais se assentam toda a legislação para a defesa dos consumidores. Tais princípios orientam os legisladores, os juristas e, enfim, toda a sociedade na busca da equidade nas relações de consumo.

Referidos princípios, tais como o da vulnerabilidade, da boa-fé, do equilíbrio, da transparência e da informação, informam toda a legislação consumerista. Deve-se salientar, ainda, que qualquer norma posterior ao CDC não pode violá-lo, eis que se trata de norma principiológica.

O CDC estabelece regras a fim de coibir abusos praticados pelos fornecedores no mercado de consumo. Destaca-se, no presente trabalho, a repressão às cláusulas abusivas, ou seja, estipulações dispostas nos contratos que oneram excessivamente o consumidor. Especifica-se o rol de cláusulas abusivas previsto no Código de Defesa do Consumidor, os reflexos dos princípios e a nulidade que incide sobre referidas cláusulas.

Analisa-se, portanto, o novo sistema jurídico introduzido pelo CDC no ordenamento brasileiro e as formas de se proteger o consumidor no âmbito dos contratos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumidor; Fornecedor; Relação de Consumo; Princípios; Contratos; Cláusulas Abusivas.

## ABSTRACT

On this work it's discussed the protection of the consumer and the crying need in tutoring the final addressees of products and services. It is demonstrated the theme evolution and the importance it has reached along the years. It is verified the consumers just deserved effective protection from XX century on, when specific laws appeared to tutor them. It can be noticed that to elaborate this study, bibliographical sources and deductive method were used to demonstrate the presented thesis.

The present work confirms that the consumption relations are vital for the current society, showing they are essential for the economy. Before this, it is also essential to assure the consumer rights.

On this context, Law nº 8.078/90 reveals itself as a suitable juridical instrument for the tutorship of the consumers. That's because it establishes the essential principles about the ones which all the legislation for the consumer defense lays on. Such principles guide the legislators, the jurists, and, finally all the society in search of fairness in the consumption relations.

Related principles, such as vulnerability, good faith, balance, transparency and information, inform all the consumering legislation. It must still be pointed out that any posterior norm to CDC cannot violate it, behold it is about a principle norm.

CDC establishes rules in order to restrain abuses practiced by the suppliers on the consumption market. The repression to abusive clause is stood out on this present work, that is, stipulations disposed on the contracts that burden the consumer excessively. It is specified the roll of abusive clauses foreseen in the Consumer Defense Code, reflection of principles and the nullity that occurs on the related clauses.

It is analyzed, therefore, the new juridical system introduced by CDC in the Brazilian ordering and the forms to protect the consumer on the ambit of contracts.

**KEYWORDS:** Consumer; Supplier; Relation of Consumption; Principles; Contracts; Abusive Clauses.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2 PRECEDENTES HISTÓRICOS DAS RELAÇÕES DE CONSUMO</b> .....	12
2.1 Evolução histórica das relações de consumo .....	12
2.2 Evolução jurídica da tutela do consumidor.....	16
<b>3 A CONSTITUIÇÃO FEDERAL E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR</b> .....	20
<b>4 GENERALIDADES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A RELAÇÃO DE CONSUMO E SEUS SUJEITOS – CONCEITOS ESSENCIAIS</b> ....	24
4.1 Características gerais do Código de Defesa do Consumidor .....	24
4.2 Conceito de relação de consumo.....	26
4.3 Conceito de consumidor .....	28
4.4 Conceito de fornecedor.....	34
<b>5 OS PRINCÍPIOS GERAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .....	37
5.1 O princípio da vulnerabilidade.....	42
5.2 O princípio da boa-fé.....	46
5.3 O princípio do equilíbrio.....	48
5.4 O princípio da transparência e da informação .....	51
5.5 Os princípios gerais do CDC e os princípios norteadores dos contratos no Direito Civil .....	54
<b>6 CLÁUSULAS ABUSIVAS E OS CONTRATOS</b> .....	57
6.1 Proteção contratual – generalidades .....	57
6.2 Conceito de cláusulas abusivas .....	61
6.2.1 A nulidade das cláusulas abusivas .....	63
6.2.2 O rol exemplificativo do artigo 51 do CDC .....	65
6.3 As cláusulas abusivas previstas na lei consumerista.....	66
6.3.1 Cláusula limitativa de responsabilidade do fornecedor .....	66
6.3.2 Cláusula que impede o consumidor de optar pelo reembolso da quantia paga .....	68
6.3.3 Transferência de responsabilidades a terceiros.....	69

6.3.4 Cláusulas que estabeleçam obrigações iníquas, ou vantagem exagerada ou incompatíveis com a boa-fé e equidade.....	69
6.3.5 Proibição da inversão prejudicial ao consumidor do ônus da prova.....	71
6.3.6 Utilização compulsória de arbitragem .....	71
6.3.7 Imposição de representante para conclusão ou realização de outro negócio jurídico pelo consumidor.....	72
6.3.8 Cláusula de opção exclusiva do fornecedor em concluir o contrato.....	74
6.3.9 Cláusula que permite ao fornecedor a variação unilateral do preço .....	75
6.3.10 Cancelamento unilateral do contrato pelo fornecedor .....	75
6.3.11 Cláusula de ressarcimento unilateral dos custos de cobrança.....	76
6.3.12 Modificação unilateral do conteúdo ou da qualidade do contrato, após sua celebração .....	76
6.3.13 Cláusula que viola normas ambientais.....	77
6.3.14 Cláusula em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor .....	78
6.3.15 Renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.....	78
6.3.16 Presunção de vantagem exagerada – art. 51, § 1º .....	79
6.3.17 Princípio da conservação do contrato – art. 51, § 2º .....	80
6.3.18 O controle administrativo das cláusulas contratuais gerais pelo Ministério Público – art. 51, § 3º (vetado).....	81
6.3.19 Representação ao Ministério Público para o controle judicial das cláusulas abusivas – art. 51, § 4º .....	82
<b>6.4 O controle das cláusulas abusivas .....</b>	<b>83</b>
<b>7 CONCLUSÃO .....</b>	<b>89</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>91</b>

# 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho enfocou os direitos do consumidor na atualidade. Pretendeu demonstrar a relevância desse tema, dado o vultoso número de relações de consumo estabelecidas diariamente na sociedade. Para tanto, concentrou-se nos princípios informadores desse emergente ramo do direito. Além disso, destacou-se também a importância dos contratos de consumo na atualidade e sua premente regulação por meio do Estado.

É cediço que relações negociais de consumo são firmadas há séculos e, desde seus primórdios, sujeitaram-se às leis, tais como o Código de Hammurabi e o Código de Manu. Porém, nessa época, a figura do consumidor não possuía a proteção que hodiernamente lhe é conferida.

Verifica-se que a tutela do consumidor mostrou-se, ao longo dos anos, fundamental para a sociedade, a fim de se estabelecer a equidade e a isonomia das partes na relação de consumo. Passou a ser imprescindível a regulação dos contratos pelo Estado para impedir que o fornecedor de produtos e serviços subjugasse o consumidor, acarretando-lhe prejuízos, com a inserção de cláusulas denominadas abusivas nos referidos contratos.

O objetivo do trabalho, dessa forma, foi demonstrar a pertinência do tema, quais os princípios fundamentais da Lei nº 8.078/90 e seu alcance; além de analisar as cláusulas abusivas, indicar o rol previsto no Código de Defesa do Consumidor e a nulidade de tais cláusulas. Para tanto, a pesquisa teve, principalmente, caráter teórico, com fulcro em fontes bibliográficas. Utilizou-se, também, o método dedutivo, visto que se partiu de proposições genéricas acerca da proteção do consumidor para se discutir casos particulares.

Destarte, analisou-se a evolução histórica e jurídica das relações de consumo e da tutela ao destinatário final de produtos e serviços, qual seja, o consumidor. Demonstrou-se que à época do liberalismo apregoava-se a plena liberdade das partes para firmarem os contratos, impedindo-se o Estado de se imiscuir nas tratativas entre os particulares. Com o passar dos anos, tal doutrina não mais correspondia às necessidades da sociedade, fazendo-se necessário, portanto, a interferência do Estado no âmbito dos contratos para assegurar a real paridade entre as partes e evitar abusos nas disposições contratuais. Sob essa nova ótica, surgiram diversas leis com o fito específico de tutelar a figura do consumidor. Como

resultado disso, a defesa dos direitos do consumidor está prevista até mesmo na Constituição Federal de 1988.

O trabalho abordou, também, o nascimento do Código de Defesa do Consumidor, além de trazer os conceitos essenciais de relação de consumo, consumidor, fornecedor e o objeto da relação negocial.

Destacou-se os princípios gerais do CDC, demonstrando-se a relevância dessas figuras jurídicas, mormente para a interpretação de toda a legislação consumerista. Referidos princípios estão previstos no limiar do Estatuto Consumerista, em seus artigos 1º ao 7º, mas espraiam-se por todo o Código, além de se refletirem em leis posteriores. Mostrou-se que a análise dos princípios do CDC é fundamental, eis que ditam a essência da proteção ao consumidor, informam a atividade do legislador e dirigem a postura dos magistrados quando da análise de ações referentes às relações de consumo. Em razão disso, analisou-se detidamente os princípios que mais se sobressaem. Concluiu-se que os princípios da Lei nº 8.078/90 estão em perfeita harmonia com a legislação civil vigente.

Analisou-se, igualmente, a evolução da proteção contratual, com a posterior repressão às cláusulas abusivas, entendidas como aquelas que acarretam grandes prejuízos aos consumidores. Tais cláusulas, se inseridas nos contratos, serão tidas como nulas, devendo ser extirpadas do ajuste entre as partes.

Verificou-se que o CDC dispõe rol exemplificativo das cláusulas abusivas, eis que outras constantemente são previstas pelos órgãos estatais competentes, a fim de se coibir esse tipo de prática dos fornecedores. Analisou-se cada uma das cláusulas abusivas previstas no Estatuto Consumerista e o reflexo dos princípios sobre elas. Por fim, demonstrou-se os meios de que dispõem os consumidores para o controle de referidas cláusulas e como extirpá-las dos contratos.

Sendo assim, o presente trabalho teve como escopo salientar a relevância do tema da proteção do consumidor na sociedade atual, haja vista que as relações de consumo são constantes. Demonstrou-se que o Código visa tutelar o consumidor a fim de que a própria economia não se torne inviável. Tornou-se evidente que o CDC é instrumento apto a tutelar satisfatoriamente o consumidor, evitando abusos dos fornecedores. As leis posteriores devem, portanto, observar estritamente os princípios introduzidos pela Lei nº 8.078/90, para que se atinja o verdadeiro equilíbrio e igualdade nas relações de consumo.

## 2 PRECEDENTES HISTÓRICOS DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

### 2.1 Evolução histórica das relações de consumo

Todos nós somos consumidores. Partindo-se dessa premissa, denota-se a relevância do tema que ora é tratado. A cada instante, milhares, milhões de contratos de consumo são firmados em todo o mundo. Daí advém a necessidade de se conferir uma tutela específica aos cidadãos que firmam tais contratos com o mercado, cada vez mais especializado.

O século XX foi palco de inúmeras inovações tecnológicas e também de uma explosão do consumo. Não só surgiram diversos produtos, como o acesso a esses bens ficou mais fácil para todos. Hoje, grande parte das pessoas, para demonstrarem poder, prestígio e *status*, almejam adquirir cada vez mais bens e serviços. Além disso, a sociedade está ainda mais exposta às ofertas de produtos, às diversas espécies de contratos, variadas formas de pagamento, dentre outras novidades propiciadas pelos fornecedores.

A proteção aos consumidores, na amplitude que observamos hodiernamente, é recente. Porém, desde os primórdios da civilização, a sociedade sentiu o dever em regular aquelas relações estabelecidas entre um fornecedor de serviços ou bens e os demais indivíduos sujeitos à contratação desses produtos.

Ao corroborar tal assertiva, José Geraldo Brito Filomeno (2001) destaca que o Código de Hammurabi já continha regras que indicavam a preocupação em se amparar o consumidor (Leizer Lerner *apud* Jorge T. M. Rollemberg *apud* José Geraldo Brito Filomeno, 2001).

Neste sentido, o mesmo autor refere-se à obrigatoriedade que o arquiteto tinha em garantir a qualidade da construção de uma casa. Além disso, o empreiteiro de uma obra que viesse a desmoronar, ocasionando a morte do empreitador, seria punido com a morte. Porém, se o referido acidente provocasse o óbito de algum membro da família desse empreitador, a pena aplicada ao empreiteiro da obra seria a morte de seu parente respectivo.

O Código de Manu, compilação de regras observadas na Índia, por volta do século XIII a.C., previa punições aos indivíduos que adulterassem gêneros ou entregassem

produtos de espécie inferior àquela contratada. Também na Grécia Antiga, havia leis atinentes à proteção do consumidor, que determinavam a fiscalização dos comerciantes e das mercadorias. Já havia também noções daquilo que passaria a ser denominado *vícios redibitórios*, posto que aquele que vendesse bens duráveis responsabilizava-se pela qualidade desses produtos, devendo sanar os defeitos ocultos que porventura viessem a surgir.

Já existia, também, uma certa atenção no tocante à oferta de produtos, o que pode ser considerado a gênese daquilo que passou a ser denominado de publicidade enganosa. Neste sentido, Sidou (1977), cita que no século I a.C., o vendedor responsabilizava-se pelo produto que anunciava, visto que havia garantia sobre vícios ocultos na compra dessa mercadoria, caso se constatasse a inexistência das qualidades apregoadas (Cícero *apud* Sidou, 1977).

Na Idade Média, igualmente demonstrou-se preocupação com a qualidade dos produtos ofertados no mercado, visto que em determinadas regiões infligia-se penas àqueles que adulterassem alimentos.

O Brasil-Colônia já dispunha de normas precursoras da defesa do consumidor. Dentre essas, havia a previsão de multa aos comerciantes que vendessem determinadas mercadorias (como pastel, peixe, banana e vinho) acima do preço fixado em tabela.

Não obstante esses precedentes remotos que sinalizavam a futura e ampla proteção conferida aos consumidores, verifica-se que no âmbito dos contratos é possível afirmar que houve uma maior resistência em se atender aos interesses consumeristas. Isto porque o conceito de contrato, concebido e aperfeiçoado com as Revoluções Francesa e Industrial, atendia aos preceitos do liberalismo, doutrina econômica que pregava a plena liberdade do indivíduo para conduzir sua vida e seus negócios sem a mínima interferência estatal.

Com isso, o contrato, instrumento apto a viabilizar a circulação de riquezas, era tido como a exteriorização da livre manifestação de vontade dos contratantes, obrigando-os ao seu irrestrito cumprimento. Em razão disso, justificava-se a máxima do *pacta sunt servanda* (os contratos existem para ser cumpridos), segundo a qual o contrato faria lei entre as partes.

Os contratantes eram considerados iguais e dotados de liberdade para decidir o que lhes cabia ou não estipular. Vinculando-se ao contrato, não mais poderiam dele se eximir. Considerava-se que as leis serviriam tão-somente como regras supletivas para os aspectos

não previstos na deliberação entre as partes. Portanto, caberia às partes, e *somente a elas*, avaliar a conveniência de firmar ou não o contrato, sem que o Estado pudesse intervir em tal acordo. Conforme cita Humberto Theodoro Júnior (2002, p. 7), no sistema capitalista:

Não se concebe, portanto, que o negócio livremente ajustado pela vontade autônoma e soberana de ambos os contratantes seja revogado ou modificado por deliberação de apenas um deles, nem tampouco se admite que o judiciário proceda a revisões e alterações do contrato.

Partindo da igualdade e liberdade dos contratantes, não se cogita de injustiça nas cláusulas avençadas. Apenas a ordem pública e os bons costumes representam limites à autonomia da vontade, pois, na ótica do liberalismo, “não é função do Estado intervir no contrato”.

Segundo a concepção clássica, surgida em meados do século XIX, o elemento principal do contrato é a vontade dos contratantes. Concebeu-se a idéia, portanto, de que a tutela jurídica tinha como função exclusiva preservar a autonomia da vontade das partes.<sup>1</sup> Para um negócio jurídico possuir validade à essa época, bastava que não contivesse defeitos ou vícios de consentimento.

Entretanto, o Estado Liberal paulatinamente deu lugar ao Estado Social e, com isso, o Estado passou a ser responsável não só em declarar os direitos fundamentais dos cidadãos, como também a propiciar-lhes direitos sociais e econômicos. Conseqüentemente, a intervenção estatal no âmbito privado passou a ser essencial, a fim de obrigar a observância de preceitos fundamentais. Em razão disso, o Estado criou limites às vontades dos contratantes, pois constatou-se que a liberdade e a igualdade entre as partes nesse negócio jurídico, muitas vezes, não passava de mera ficção.

Essa limitação à autonomia da vontade, com a conseqüente proibição das estipulações iníquas, não extinguiu a igualdade entre os contratantes. Pelo contrário. Com essa intervenção perpetrada pelo Estado Social, alcançou-se a verdadeira paridade entre as partes. Passou-se a valorizar não apenas a segurança do negócio jurídico firmado, mas também a justiça. Assim, não cabe mais tão-somente às partes aferirem o que é ou não

---

<sup>1</sup> Cláudia Lima Marques (2002, p. 42) observa que, neste sentido, “(...) a função da ciência do direito será a de proteger a vontade criadora e de assegurar a realização dos efeitos queridos pelas partes contratantes. A tutela jurídica limita-se, nesta época, portanto, a possibilitar a estruturação pelos indivíduos de relações jurídicas próprias através dos contratos, desinteressando-se totalmente pela situação econômica e social dos contraentes e pressupondo a existência de uma igualdade e liberdade no momento de contrair a obrigação.”

justo numa contratação; o próprio Estado passou a declarar o que é injusto, abusivo e, portanto, vedado nas relações negociais.

Exsurge daí o fenômeno do dirigismo contratual, isto é, a interferência do Estado no campo do direito privado, especificamente nos contratos. Isso ocorreu em razão das necessidades da própria sociedade, visto que a partir do século XX, com as modificações econômicas, tecnológicas e sociais, o conceito tradicional de contrato não mais correspondia aos anseios da população, isto porque surgiu a massificação das relações contratuais, com o nascimento, por exemplo, dos contratos de adesão e o aparecimento de grandes conglomerados industriais.

A sociedade passou a reivindicar maior preocupação com os interesses coletivos, em detrimento aos interesses individuais. Surgiram, com isso, doutrinas jurídicas voltadas a estes problemas sociais. Cláudia Lima Marques (2002, p. 152) denomina tal fato de publicização ou socialização do Direito Civil. Porém, tal fenômeno só encontrou guarida nas legislações a partir da Segunda Guerra Mundial.

Com o surgimento dessa “sociedade de consumo”, caracterizada pela expansão da economia, grande oferta e publicidade de produtos e serviços e, muitas vezes, a impessoalidade nas transações, os consumidores, individualmente, viram-se desprotegidos; sujeitos a contratos de massa, cláusulas gerais, e, até mesmo, a imposição da fruição de determinados bens e serviços. Destacou-se, destarte, a distância abissal entre consumidores e fornecedores.

Emergiu, portanto, o “movimento consumerista”, ciente de seus interesses e direitos, no final do século XIX, especialmente nos Estados Unidos, onde o avanço do capitalismo era pujante.<sup>2</sup> Foi criada em 1891, naquele país, a “New York Consumer’s League”, tendo evoluído para a “Consumer’s Union”, entidade destinada a conscientizar os consumidores e promover ações judiciais; sendo que, inclusive, edita uma revista (*Consumer’s Report*) a fim de alcançar seus objetivos. Ainda nos Estados Unidos foi criada, em 1927, a FDA (*Food and Drug Administration*), mundialmente respeitada pela fiscalização de remédios, alimentos e cosméticos. O movimento consumerista espalhou-se pelo mundo.

---

<sup>2</sup> José Geraldo Brito Filomeno (2001, p. 24) cita que a gênese de tal movimento surgiu nos EUA, nos chamados “movimentos dos frigoríficos de Chicago”. Naquela época, o movimento dos consumidores confundia-se com o movimento de reivindicações trabalhistas.

No Brasil, em 1976, foi criado pelo governo do Estado de São Paulo, através do Decreto nº 7.890, o primeiro órgão público de proteção aos consumidores, denominado Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, mais conhecido como PROCON (atualmente, Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor). Começava aí a luta pelos direitos dos consumidores em nosso país.

Em 1983, estabeleceu-se uma parceria entre o Ministério Público e o Procon, sendo que o primeiro Promotor de Justiça incumbido especificamente da defesa dos consumidores foi José Geraldo Brito Filomeno. Com a atuação conjunta com o Ministério Público, através das reclamações relatadas, passou-se a investigar indícios de crimes contra a economia popular, saúde pública, fraudes, estelionatos etc.

Nos anos seguintes surgiram organizações civis destinadas à proteção e esclarecimento dos consumidores. Dentre tais entidades, destaca-se o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), associação de consumidores, fundada em 1987. Trata-se de uma organização não-governamental, sem quaisquer vínculos com empresas ou governos, cujo objetivo é conscientizar o consumidor de seus direitos, lutar pela ética nas relações de consumo, reivindicar o aprimoramento da legislação pertinente ao tema e a melhoria na qualidade de produtos e serviços.

Outro órgão importante é o Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (Brasilcon), criado em 1992. Tal associação civil tem cunho multidisciplinar, técnico, científico e pedagógico, e publica a Revista de Direito do Consumidor e a coletânea Biblioteca de Direito do Consumidor.

Em razão de tais fatos, cada vez mais denota-se a necessidade de legislação específica a tutelar satisfatoriamente os consumidores.

## **2.2 Evolução jurídica da tutela do consumidor**

É possível afirmar que a tutela dos consumidores insere-se, indubitavelmente, na vasta gama de interesses abarcados nos direitos humanos. Filomeno (2001) cita em sua

obra que os direitos do consumidor estão introduzidos na célebre segunda geração de direitos, caracterizada pela busca da igualdade (D'Angelis *apud* Filomeno, 2001).<sup>3</sup>

Assim, como marco dessa segunda geração de direitos, têm-se o “Pacto Internacional sobre Direitos Econômicos, Sociais e Culturais”, de 1966, aprovado pela Assembléia Geral das Nações Unidas, e que trata da tutela do consumidor.

Outro marco histórico diz respeito à declaração dos direitos dos consumidores, proferida pelo Presidente norte-americano John Kennedy, em mensagem encaminhada ao Congresso Nacional Americano, em 15 de março de 1962 – data, aliás, em que se passou a comemorar o Dia Mundial dos Direitos do Consumidor.

Um dos mais importantes atos que reconheceram os direitos dos consumidores surgiu em 1985, quando a ONU (Organização das Nações Unidas) aprovou a Resolução nº 39/248. Com isso, a ONU reconheceu a situação de desequilíbrio a que estava sujeito o consumidor e traçou metas aos países-membros a fim de se alcançar a efetiva tutela dos consumidores.

No Brasil, a proteção legislativa específica ao consumidor surgiu somente com a Carta Magna de 1988. Porém, muito antes disso, havia leis que, ainda que indiretamente e de forma limitada, conferiam determinadas garantias àquilo que veio a ser denominado de relação de consumo.

Neste contexto, é possível citar o Livro V das Ordenações Filipinas, “herdado” do sistema legal português, assim que o Brasil tornou-se independente, e que representava a lei penal em vigor naquela época. Tal dispositivo previa penas duras e desproporcionais para falsificadores de determinados produtos e para aqueles que utilizassem medidas e pesos falsos, conforme se verifica a seguir:

“Lê-se no Título LVII que ‘se alguma pessoa falsificar alguma mercadoria, assi como cêra, ou outra qualquer, se a falsidade, que nella fizer, valer hum marco de prata, morra por isso’. Pouco depois, é dito no Título LVIII que ‘toda a pessoa,

---

<sup>3</sup> A primeira geração de direitos relaciona-se à liberdade, quando os indivíduos alcançaram prerrogativas em face do Estado, direitos estes que estão expressos na Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, de 1789. Já a terceira geração, “consiste no estabelecimento de diretrizes para atingir os direitos conquistados, no aperfeiçoamento dos instrumentos colocados à disposição dos povos de todo o mundo, sobretudo quando se tem em conta que a barreira a vencer é a da fome, pobreza, subdesenvolvimento, que os leva a viver em países ‘pobres’ ou em países ‘ricos’.” (FILOMENO, 2001, p. 25). Há autores, no entanto, que entendem que os direitos do consumidor estão inseridos na terceira geração de direitos, caracterizada pela proteção dos interesses da coletividade de pessoas. (Lôbo *apud* Novais, 2001)

que medir, ou pesar com medidas, ou pesos falsos, se a falsidade, que nisso fizer, valer hum marco de prata, morra por isso. E se for de valia de menos do dito marco, seja degradado para sempre para o Brasil’.” (NASCIMENTO, 1991, p. 12)

O Código Comercial de 1850 – em tese, até hoje em vigor – já contemplava direitos de passageiros em navios, em seu artigo 631.<sup>4</sup> O Código Civil de 1916 também contemplou direitos em face do empreiteiro (fornecedor).<sup>5</sup>

Surgiram, ainda, leis esparsas que simbolizaram o prenúncio da ampla proteção ao consumidor. Exemplo disso é o Decreto nº 22.626/33, com o fito de limitar os juros nos contratos. Já o Decreto-lei nº 869/38 definiu os crimes contra a economia popular e, posteriormente, foi criada a Lei de Economia Popular (lei nº 1.521/51). Em 1962, surgiu a lei de repressão ao abuso do poder econômico (lei nº 4.137/62), que criou o CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica). Outro importante dispositivo jurídico criado foi a Lei Delegada nº 4/62, que tratou da intervenção do Poder Público no domínio econômico.

Uma das mais importantes normas elaboradas foi a Lei nº 7.347/85, que criou a figura da ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao consumidor. Foi o primeiro dispositivo legal a tratar da proteção dos interesses difusos. Em 1986, surgiu a lei nº 7.492, estabelecendo punições aos crimes contra o Sistema Financeiro Nacional, ou seja, os crimes do “colarinho branco”.

Mas foi no ano de 1988, com o advento da Constituição Federal, que o legislador decidiu amparar amplamente o consumidor. Fê-lo em quatro dispositivos, a saber: artigo 5º, inciso XXXII, artigo 24, inciso VIII, artigo 170, inciso V e no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, que determinou a elaboração de legislação específica a tutelar o consumidor, qual seja, o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90). Mais adiante, demonstrar-se-á que a partir do texto constitucional a proteção jurídica dos consumidores passou a tomar corpo.

---

<sup>4</sup> “(...) Interrompendo-se a viagem depois de começada por demora de conserto do navio, o passageiro pode tomar passagem em outro, pagando o preço correspondente à viagem feita. Se quiser esperar pelo conserto, o capitão não é obrigado ao seu sustento; salvo se o passageiro não encontrar outro navio em que comodamente se possa transportar, ou o preço da nova passagem exceder o da primeira, na proporção da viagem andada.” (art.631, *in fine*).

<sup>5</sup> “Nos contratos de empreitada de edifícios ou outras construções consideráveis, o empreiteiro de materiais e execução responderá, durante 5 (cinco) anos, pela solidez e segurança do trabalho, assim em razão dos materiais, como do solo, exceto, quanto a este, se, não o achando firme, preveniu em tempo o dono da obra.”

Na década de 90 surgiram, ainda, outras leis importantes: lei nº 8.137/90, que definiu os crimes contra as relações de consumo; lei nº 9.099/95, que criou os Juizados Especiais Cíveis e Criminais; lei nº 9.656/98, disciplinadora dos planos e seguros privados de assistência à saúde; lei nº 9.782/99, que criou a Agência Nacional de Vigilância Sanitária; lei nº 9.791/99, dispendo sobre a obrigatoriedade de as concessionárias de serviços públicos estabelecerem ao consumidor opções para o vencimento de seus débitos; dentre outras importantes normas.

### 3 A CONSTITUIÇÃO FEDERAL E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR

A Constituição Brasileira de 1988 consagrou a proteção ao consumidor em seu artigo 5º, inciso XXXII. Deve-se ressaltar, porém, que não foi a primeira Carta a prever tal tutela. Segundo dispõe José Afonso da Silva (1994), a Constituição Portuguesa de 1976 foi pioneira neste aspecto, no que foi seguida pela Lei Máxima espanhola.

Assim dispõe o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição Federal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Deve-se ressaltar que a proteção ao consumidor, erigida ao nível constitucional, está inserida no Título II, que trata dos Direitos e Garantias Fundamentais. Conforme define José Afonso da Silva (1994, p. 163-164):

No qualificativo *fundamentais* acha-se a indicação de que se trata de situações jurídicas sem as quais a pessoa humana não se realiza, não convive e, às vezes, nem mesmo sobrevive; *fundamentais do homem* no sentido de que a todos, por igual, devem ser, não apenas formalmente reconhecidos, mas concreta e materialmente efetivados.

Vislumbra-se, daí, a relevância conferida à tutela do consumidor, caracterizada a partir da CF/88 como um direito essencial de todas as pessoas, um direito de todos os cidadãos e um dever do Estado.

Verifica-se que a CF/88 foi a primeira dentre as Cartas brasileiras a tratar desse tema. E, de plano, alçou a defesa dos consumidores à categoria de direito básico fundamental, como visto.

É necessário destacar que a proteção do consumidor consta, também, no rol do artigo 60, § 4º, especificamente no inciso IV da CF, visto que não será admissível a proposta de emenda constitucional tendente a abolir os direitos e garantias individuais

(artigo 5º). Sendo assim, denota-se a preocupação do legislador constituinte, já que, em razão do exposto, o tema da defesa do consumidor tornou-se objeto de atenção permanente e duradoura por parte dos Poderes Públicos. Ademais, por tal tema estar abarcado na Lei Máxima do Estado, dificulta-se a modificação das disposições constitucionais.

A CF/88 preocupou-se, ainda, em estabelecer a competência no tocante à legislação consumerista, conforme dispõe o artigo 24, incisos V e VIII:

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

V – produção e consumo;

(...)

VIII – responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

Deve-se notar que, neste aspecto, a União tem competência para estabelecer normas gerais (art. 24, § 1º, CF), enquanto os Estados e o Distrito Federal têm competência concorrente para legislar acerca da matéria, respeitada a lei federal, ou complementando as regras gerais estabelecidas na lei federal. Os Municípios não possuem competência legislativa concorrente sobre o tema; porém, podem legislar sobre assuntos de interesse local (art. 30, incisos I e II), observando-se as disposições previstas na lei federal e estadual.

O artigo 170 da Constituição Federal, ao tratar da ordem econômica e financeira, também refere-se à defesa do consumidor:

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:

V – defesa do consumidor;

Observa-se, pois, que a proteção do consumidor é um dos princípios basilares da ordem econômica brasileira. Dessa forma, justifica-se a intervenção do Estado na economia, precisamente para assegurar tal defesa. Assim, o mercado não poderá prejudicar os consumidores nos direitos a estes outorgados.

Outros dispositivos constitucionais que tratam de interesses dos consumidores são os artigos 150, § 5º, atinente às limitações ao poder de tributar, e 175, parágrafo único, inciso II, referente à concessão ou permissão dos serviços públicos, a saber:

Art. 150. (...)

§ 5º A lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços.

Art. 175. Incumbe ao Poder Público, na forma da lei, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos.

Parágrafo único. A lei disporá sobre:

II – os direitos dos usuários;

Em vista disso, verifica-se que há dispositivos destinados à proteção do consumidor espalhados por todo o texto constitucional.<sup>6</sup> É imprescindível referir-se, também, ao artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), que impôs aos legisladores a criação de lei específica de tutela dos consumidores, qual seja, o denominado Código de Defesa do Consumidor.<sup>7</sup>

Como é sabido o referido código de fato foi criado (Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990), apesar da evidente demora. Para tanto, foi designada uma comissão de renomados juristas para a elaboração do anteprojeto do código.

Por fim, faz-se necessário observar que a Constituição do Estado de São Paulo, promulgada em 05 de outubro de 1989, igualmente referiu-se à defesa do consumidor em dois dispositivos, a saber:

---

<sup>6</sup> Além dos artigos já elencados, há outros, com a intenção de tutelar os consumidores: “Art. 220. A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observado o disposto nesta Constituição. (...) § 3º Compete à lei federal: II – estabelecer os meios legais que garantam à pessoa e à família a possibilidade de se defenderem de programas ou programações de rádio e televisão que contrariem o disposto no art. 221, bem como da propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente. § 4º A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso”.

<sup>7</sup> “Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.”

Art. 275. O Estado promoverá a defesa do consumidor mediante adoção de política governamental própria e de medidas de orientação e fiscalização, definidas em lei.

Parágrafo único. A lei definirá também os direitos básicos dos consumidores e os mecanismos de estímulo à auto-organização da defesa do consumidor, de assistência judiciária e policial especializada e de controle de qualidade dos serviços públicos.

Art. 276. O Sistema Estadual de Defesa do Consumidor, integrado por órgãos públicos das áreas de saúde, alimentação, abastecimento, assistência judiciária, crédito, habitação, segurança e educação, com atribuições de tutela e promoção dos consumidores de bens e serviços, terá como órgão consultivo e deliberativo o Conselho Estadual de Defesa do Consumidor, com atribuições e composição definidas em lei.

Ante todo o exposto, avulta-se a importância das disposições constitucionais acerca da proteção ao consumidor, visto que em virtude de expresse mandamento da Constituição Federal foi criada lei específica. Além disso, a partir da promulgação da CF/88 passou a ser preocupação constante da sociedade os assuntos pertinentes ao consumo a ao consumidor. Em razão disso, o sistema legal de tutela ao consumidor encontra-se satisfatoriamente estruturado.

## **4 GENERALIDADES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A RELAÇÃO DE CONSUMO E SEUS SUJEITOS – CONCEITOS ESSENCIAIS**

### **4.1 Características gerais do Código de Defesa do Consumidor**

A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, é reflexo da nova teoria contratual, segundo a qual a autonomia da vontade não mais deveria prevalecer no âmbito dos contratos. Isso porque, conforme já levantado neste estudo, o princípio da autonomia da vontade e da liberdade dos contratantes não passava de uma ficção, dada a crescente modificação e modernização nos negócios entre os consumidores e os fornecedores de produtos e serviços (exemplo disso é a imposição dos contratos de adesão). Fez-se necessário a intervenção do Estado nos contratos, mediante a criação de normas cogentes. Em razão desse novo ponto de vista, surgiram as normas protetivas do consumidor, dentre as quais se destaca o Código de Defesa do Consumidor.<sup>8</sup>

A elaboração do Código começou a ser traçada antes da promulgação da Constituição, a partir da iniciativa do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC) ao criar uma comissão com o objetivo de apresentar o Anteprojeto de tal Código. A comissão foi composta por ilustres juristas que, após diversas reuniões, finalmente publicaram o anteprojeto no Diário Oficial de 04 de janeiro de 1989.

Conseqüentemente, deputados como Geraldo Alkmin Filho e Michel Temer apresentaram os trabalhos da referida comissão como projetos de lei. No Congresso Nacional foi criada uma Comissão Mista para elaborar o projeto do Código de Defesa do Consumidor, por força do artigo 48 do ADCT. Os juristas pertencentes à comissão do CNDC foram encarregados de preparar uma consolidação dos trabalhos legislativos até então existentes. Posteriormente, seguiu-se amplo debate das disposições do projeto do código.

---

<sup>8</sup> “Nesse sentido, o Código de Defesa do Consumidor representa o mais novo e mais amplo grupo de normas cogentes, editado com o fim de disciplinar as relações contratuais entre fornecedor e consumidor, segundo os postulados da nova teoria contratual.” (MARQUES, 2002, p. 222)

Após ser aprovado pela Comissão Mista do Congresso, o projeto elaborado também foi aprovado pelo Plenário e, em seguida, submetido à sanção presidencial, que, apesar de alguns vetos, finalmente sancionou o projeto, que se tornou a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, a qual entrou em vigor em 11 de março de 1991.

O surgimento do Código de Defesa do Consumidor representa o pujante intervencionismo estatal, fenômeno que cada vez mais mostra-se presente em nosso dia-a-dia. Não se trata de uma simples lei, mas sim de um regramento sistemático da matéria, que informa todo o sistema legal de proteção ao consumidor. Não bastasse isso, o CDC é tido como verdadeiro instrumento para o exercício da cidadania. Conforme consta no texto da legislação consumerista, o CDC presta-se à proteção e à defesa do consumidor. Há referência à “proteção” porque objetiva-se prevenir e evitar prejuízos aos consumidores. Por outro lado, há referência à “defesa” porque ocorrendo lesão aos consumidores a Lei 8.078/90 disponibiliza os instrumentos adequados para o ressarcimento dos danos.

O Direito do Consumidor, que antes da promulgação do CDC tinha pouco ou nenhum viço, passou a constituir um microsistema jurídico, autônomo e, não obstante isso, interdisciplinar.<sup>9</sup> Isso porque o referido Código possui princípios próprios que informam todo o sistema de proteção ao consumidor. Além disso, a “ciência consumerista” relaciona-se com outros ramos do Direito, como por exemplo os Direitos Civil e Penal.

Ademais, para a interpretação dos princípios e normas constantes no Código de Defesa do Consumidor, faz-se necessário citar a pertinente observação de Luiz Antonio Rizzatto Nunes:

(...) Consigne-se que, para interpretar adequadamente o CDC, é preciso ter em mente que as relações jurídicas estabelecidas são atreladas ao sistema de produção massificado, o que faz com que se deva privilegiar o coletivo e o difuso, bem como que se leve em consideração que as relações jurídicas são fixadas de antemão e unilateralmente por uma das partes – o fornecedor –,

---

<sup>9</sup> José Geraldo Brito Filomeno ensina: “A novel ‘Ciência Consumerista’, muito mais do que um conjunto de normas e princípios que regem a tutela dos consumidores de modo geral, direciona-se à *implementação efetiva de instrumentos* que os coloquem em prática. Por isso mesmo é que o Código de Defesa do Consumidor, como se verá em passos seguintes, muito mais do que um corpo de normas, é um elenco de princípios epistemológicos e instrumental adequado àquela defesa.” E o ilustre mestre continua, dizendo que o Código de Defesa do Consumidor é “(...) um verdadeiro *microsistema jurídico*, por conter: (a) *princípios que lhe são peculiares* (isto é, a *vulnerabilidade do consumidor*, de um lado, e a *destinação final de produtos e serviços*, de outro); (b) por ser *interdisciplinar* (isto é, por relacionar-se com inúmeros ramos de direito, como *constitucional, civil, processual civil, penal, processual penal, administrativo* etc.); (c) por ser também *multidisciplinar* (isto é, por conter em seu bojo normas de caráter também variado, de cunho *civil, processual civil, processual penal, administrativo* etc.).” (FILOMENO, 2001, p. 29-30)

vinculando de uma só vez milhares de consumidores. Há um claro rompimento com o direito privado tradicional. (NUNES, 2000, p. 71)

Isso demonstra que o CDC deve ser aplicado às relações de consumo, em detrimento das demais normas infraconstitucionais, dada a singularidade de tais negócios jurídicos. É evidente, porém, que o referido Código deve guardar estrita observância dos ditames constitucionais, em razão da hierarquia legislativa.

Resta salientar, ainda, que o CDC é norma de ordem pública (como expressa o próprio art. 1º da Lei nº 8.078/90) e de interesse social. Isso significa, por exemplo, que seus dispositivos poderão ser aplicados *ex officio* pelo magistrado, no caso em concreto, ainda que as partes não requeiram isso. Além disso, o Código consubstancia-se numa norma especial e principiológica e, como tal, deve prevalecer quando colidir com outras normas gerais e especiais anteriores. Defende-se em parte da doutrina e da jurisprudência, inclusive, a aplicação imediata do CDC até mesmo aos contratos anteriores à sua vigência, ou seja, entendem alguns que se deve privilegiar a aplicação imediata da nova lei aos efeitos atuais do contrato anterior,<sup>10</sup> isso porque, evidentemente, o Código de Defesa do Consumidor é norma de ordem pública com função social. Demonstra-se mais uma vez, portanto, a relevância do CDC na ordem jurídica brasileira.

## 4.2 Conceito de relação de consumo

É imprescindível estabelecer a definição de relação de consumo para se identificar as relações jurídicas sujeitas ao regime do Código de Defesa do Consumidor. É cediço que a lei consumerista não traz o conceito de relação de consumo,<sup>11</sup> ao contrário do que faz com o consumidor e o fornecedor.

---

<sup>10</sup> A demonstrar tal entendimento, faz-se pertinente citar a jurisprudência: “Conforme decidido pela 3ª Câmara do Tribunal de Justiça do Distrito Federal, na Apelação Cível nº 31.902/94-DF, julgamento de 16-5-94, tendo por relatora a Desembargadora Nancy Andrichi, por maioria de votos, in *rdc* 10/260-262: ‘DIREITO DAS OBRIGAÇÕES. Contrato celebrado antes da vigência do CDC. Suas normas. Aplicação. Apelação desprovida. Aplicam-se as normas do Código de Defesa do Consumidor aos contratos de execução diferida, não obstante ter sido pactuado antes da vigência deste diploma legal. Art. 1º Improcede o pedido de perda das parcelas pagas, porque nula é a cláusula contratual que a estabelece, em face da sua manifesta abusividade.’” (FILOMENO, 2001, p. 30)

<sup>11</sup> A respeito de tal omissão do legislador: “Não há definição expressa da relação de consumo no Código de Defesa do Consumidor, pois o legislador preocupou-se tão-somente em delimitar a aplicação desse

No entanto, é de fácil constatação que a relação jurídica de consumo é bilateral, envolvendo, de um lado o consumidor, e, de outro, o fornecedor, tendo por objeto produtos ou serviços.

A doutrina traz alguns conceitos:

(...) podemos dizer que a relação jurídica de consumo, genericamente, caracterizar-se-á como a relação que o direito do consumidor estabelece entre o consumidor e o fornecedor, conferindo ao primeiro um poder e ao segundo um vínculo correspondente, tendo como objeto um produto ou um serviço. (DONATO, 1993, p.70)

Segundo a definição de Bittar (1990, p. 23-24):

Estende-se o Código às relações de consumo, ou seja, às funções de satisfação de necessidades para as quais convergem todas as operações de produção, intermediação e colocação de produtos ou de serviços no mercado a adquirente ou utente final. (...)

As relações que se submetem ao sistema do Código são as referenciadas ao uso pessoal ou privado de bens ou de serviços, compreendendo sua aquisição, ou utilização, para a satisfação de necessidades ou de interesses de ordem particular. São as chamadas relações de consumo (...)

Todavia, não é toda atividade de colocação de produtos ou serviços no mercado que caracteriza a relação de consumo. Neste sentido, pondera Nunes (2000, p. 91) que a “simples venda de ativos sem caráter de atividade regular ou eventual não transforma a relação jurídica em relação jurídica de consumo. Será um ato jurídico regulado pela legislação comum civil ou comercial.” Depreende-se que atividade regular é aquela desenvolvida rotineiramente pelo fornecedor do produto ou serviço. Já a atividade eventual é aquela que se desenvolve em determinados períodos. Ao exemplificar uma relação não regulada pela lei consumerista, embora aparentemente o fosse, Nunes (2000) refere-se a uma loja de roupas que vende seu computador usado a fim de obter um novo; neste caso, ainda que o comprador seja o destinatário final do produto, não há que se falar em relação de consumo, pois a loja não é considerada fornecedora, visto que esse tipo de venda não

---

microssistema jurídico ao vínculo no qual encontram-se presentes os elementos subjetivos e o elemento objetivo que define, a saber: a) o fornecedor e o consumidor, como partes de cada pólo da relação jurídica (elementos subjetivos); e b) o produto ou o serviço, como objeto dessa mesma relação (elemento objetivo).” (LISBOA, 2001, p. 127)

faz parte de sua atividade regular ou eventual. Sendo assim, como visto, tal negócio jurídico deverá ser regido pela legislação civil ou comercial, mas não pelo CDC.

Por fim, faz-se necessário acrescentar, a título de mais uma definição de relação de consumo, a seguinte assertiva da doutrina:

As relações de consumo compreendem aquelas referenciadas a atividades de produção, transformação, montagem, criação, construção, importação, exportação, distribuição ou comercialização de bens e prestação de serviços, inclusive de natureza bancária, financeira, creditícia e securitária, excetuadas as de cunho trabalhista, e desenvolvidas por entidades privadas ou públicas. (BITTAR, 1990, p. 28)

### **4.3 Conceito de consumidor**

O próprio legislador determinou o conceito de consumidor no artigo 2º do CDC. Mostra-se necessária tal conceituação porque, dessa forma, demonstra-se o verdadeiro alcance da Lei nº 8.078/90. Assim:

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

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

É de se notar que além desse conceito legal, alguns doutrinadores referem-se a outras espécies de concepções da figura do consumidor.

Neste sentido, há o conceito sociológico, segundo o qual consumidor é aquele que, considerado a partir de uma dada classe social, frui bens ou serviços.

Já o conceito econômico desse sujeito designa-o como o destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não produtor de outros bens. Ou seja, é considerado como o destinatário do processo produtivo econômico.

Existe, também, o conceito psicológico, segundo o qual estuda-se o consumidor para se identificar o que o leva a adquirir este ou aquele produto ou serviço, além dos motivos que o induzem ao consumo.

No aspecto literário e filosófico, de acordo com Filomeno (2001), o vocábulo consumidor é saturado de valores ideológicos mais evidentes. O termo é associado ao “consumerismo” e refere-se ao indivíduo condenado a viver numa sociedade opressora que o obriga ao consumo e a adquirir produtos ou serviços nem sempre necessários.

Como visto, o art. 2º do CDC qualifica o consumidor e, partindo-se desse mote, os juristas debruçam-se sobre o tema, a fim de tecer conceitos próprios a respeito desse sujeito da relação jurídica de consumo.

Os autores do anteprojeto do Código assim definem essa figura:

Abstraídas todas as conotações de ordem filosófica, psicológica e outras, entendemos por “*consumidor*” qualquer pessoa física ou jurídica que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de um serviço. (GRINOVER et al., 2001, p. 28)

Tais autores salientam, ainda, que a lei consumerista adotou o critério econômico para estabelecer o conceito de consumidor. Deve-se analisar, também, as observações de outros juristas a respeito desse sujeito. Assim, Roberto Senise Lisboa (2001, p. 139) destaca que “*consumidor* é, portanto, o sujeito de direito que encerra a cadeia econômica de consumo, retirando de circulação um produto ou um serviço obtido junto a um fornecedor.”

De acordo com Sidou, consumidor pode ser definido como “qualquer pessoa, natural ou jurídica, que contrata, para sua utilização, a aquisição de mercadoria ou a prestação de serviço, independentemente do modo de manifestação de vontade; isto é, sem forma especial, salvo quando a lei expressamente a exigir”. (Sidou *apud* Almeida, 2000, p. 36)

Fábio Konder Comparato define consumidores como aqueles “que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes”. (Comparato *apud* Almeida, p. 36)

Já José Geraldo Brito Filomeno (2001, p. 31) ressalta que consumidor, segundo a concepção jurídica:

Vem a ser qualquer pessoa física que, isolada ou coletivamente, *contrate* para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a *aquisição* ou a *locação de bens*, bem como a *prestação de serviços*. Além disso, *há que se equiparar a consumidor a coletividade* que, *potencialmente*, esteja *sujeita* ou *propensa* à referida *contratação*.”

Cláudia Lima Marques (2002), por outro lado, afirma que a nota característica da figura do consumidor é a aquisição ou utilização do bem como “destinatário final”. De fato, a definição de *destino final* é crucial para se estabelecer a real concepção daquilo que é o consumidor. A fim de interpretar tal expressão e a própria definição de consumidor *stricto sensu* preconizada pelo CDC (art. 2º), a jurista identifica duas correntes doutrinárias: os finalistas<sup>12</sup> e os maximalistas.

De acordo com os primeiros, a expressão supramencionada deve ser interpretada da forma mais restrita possível, com o fito de se atender o objetivo do CDC, que é tutelar a parte mais vulnerável. Dessa forma, ainda segundo Marques, o consumidor é identificado não como aquele que retira o bem da cadeia de produção, mas sim aquele que, além disso, é o “destinatário final econômico” do bem, ou seja, adquire ou utiliza um produto para uso próprio e de sua família.<sup>13</sup> Assim, confere-se menor abrangência para aplicação do CDC.

Por outro lado, os maximalistas defendem uma extensa aplicação das regras do Código de Defesa do Consumidor. Por conseguinte, segundo a autora:

Destinatário final seria o *destinatário fático* do produto, aquele que o retira do mercado e o utiliza, o consome, por exemplo, a fábrica de toalhas que compra algodão para transformar, a fábrica de celulose que compra carros para o transporte dos visitantes, o advogado que compra uma máquina de escrever para seu escritório, ou mesmo o Estado quando adquire canetas para uso nas repartições e é, claro, a dona de casa que adquire produtos alimentícios para a família. (MARQUES, 2002, p. 255)

Após tecer extensos e profundos comentários, Marques adota a interpretação finalista, teleológica do CDC para determinar a figura do consumidor. Assim, o art. 2º deve ser interpretado conforme o sistema especial de tutela do Código e, também, conforme a finalidade deste (art. 4º). É necessário verificar no caso concreto se está presente a

<sup>12</sup> Lisboa (2001), que também apregoa essa classificação, denomina-os *minimalistas*.

<sup>13</sup> A autora afirma que essa corrente excluiu da proteção da lei consumerista aquele que adquire um produto ou serviço para uso profissional, pois, nesse caso, o produto seria novamente um instrumento de produção.

vulnerabilidade do consumidor. Assim, deve-se refutar a corrente maximalista que faz apenas uma interpretação literal do art. 2º e estende por demais a aplicação das regras protetivas do CDC, fazendo com que esta não mais seja uma lei excepcional.

Portanto, em singela síntese da doutrina da jurista referida, o consumidor, considerado como destinatário final, é o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa jurídica ou física. Para assim ser considerado, o consumidor deve retirar o bem do mercado, interrompendo a cadeia produtiva. Consumidor é aquele que adquire ou utiliza o bem, mas não para o utilizar na confecção de outro produto ou serviço.

Analisando a diversidade de conceitos, Donato (1993, p. 52) destaca:

Permitimo-nos asseverar, perante essas tentativas de sistematização realizadas a partir dos elementos presentes em diversos conceitos, que não há unanimidade, quer em termos legislativos quer doutrinariamente, na conceituação do consumidor. (...)

Insere-se em seu campo de aplicação desde o mais singelo direito subjetivo ao mais complexo direito difuso. Abrange o direito de uma simples reclamação referente ao produto *in natura* que fora comercializado em estado de deterioração, podendo atingir até um princípio de ordem econômica de um país.

Apesar da abrangência do conceito, verifica-se que as características distintivas do consumidor são: a destinação final e a vulnerabilidade.

Para um indivíduo ser tido como destinatário final, deve adquirir o produto para uso próprio, privado, individual, familiar ou doméstico, e até para terceiros, desde que tal repasse não se dê por revenda. Se o indivíduo atuar como intermediário no processo de produção, ou seja, se atuar com o objetivo de revender aquilo que adquiriu após montagem, beneficiamento ou industrialização, ele não será considerado consumidor.<sup>14</sup>

Além disso, o consumidor é o sujeito hipossuficiente ou vulnerável da relação de consumo. Tal vulnerabilidade não é apenas econômica mas também técnica e jurídica. Ou seja, o consumidor é a parte fraca, o que denota o desequilíbrio da relação jurídica de consumo.

---

<sup>14</sup> Na lição de Nunes (2000, p. 78): “Evidentemente, se alguém adquire produto não como destinatário final, mas como intermediário do ciclo de produção, não será considerado consumidor. Assim, por exemplo, se uma pessoa – física ou jurídica – adquire calças para revendê-las, a relação jurídica dessa transação não estará sob a égide da Lei n. 8.078/90.”

Persistem dúvidas quanto ao enquadramento da pessoa jurídica como consumidora. Indaga-se se a pessoa jurídica de fato utiliza o bem ou serviço como destinatária final e se é vulnerável. Há muitas discussões a esse respeito na doutrina e jurisprudência, mas como tal definição não é o objetivo precípuo desse trabalho, far-se-á uma breve análise dessa questão.

Filomeno, ao discorrer sobre o tema (GRINOVER et al., 2001), afirma que as pessoas jurídicas não podem ser consideradas consumidoras, embora o CDC disponha o contrário. Isso porque, o elemento determinante da figura do consumidor é a vulnerabilidade que, segundo o jurista, não acomete as pessoas jurídicas. Estas disporiam de força suficiente e dos meios necessários para sua defesa. Todavia, o autor salienta que as pessoas jurídicas foram reconhecidas pelo Código como consumidoras e, portanto, cada caso deve ser analisado para se adequar a pessoa jurídica à figura do consumidor.<sup>15</sup>

Porém, a vulnerabilidade característica do consumidor não é apenas econômica. Daí a necessidade de se estender às pessoas jurídicas a prerrogativa de se verem amparadas pelo CDC. Para tanto, é necessário ressaltar que a aquisição do produto ou a utilização do serviço por pessoa jurídica deve ter por finalidade a retirada do mesmo do ciclo produtivo; somente nesta hipótese a pessoa jurídica será qualificada como consumidora. Se, porém, utilizar o produto ou serviço para sua incrementação ou transformação e posterior revenda, significa que o bem continua inserido no processo produtivo e, destarte, a pessoa jurídica não é a consumidora final, não devendo receber as benesses da lei consumerista.

Defendendo a tutela da pessoa jurídica como consumidora, destaca-se Donato (1993, p. 88), que propõe a seguinte interpretação:

Buscando-se através dos próprios elementos contidos no Código de Defesa do Consumidor, entendemos que a inclusão da empresa no conceito de consumidor ocorrerá através da perquirição da finalidade consignada ao produto ou serviço. Assim, se a aquisição do produto pela empresa inserir-se no mesmo campo de sua atuação, isto é, de sua atividade econômica, não há que se falar em relação de consumo e, portanto, não se subsumindo a relação jurídica à tutela ofertada pelo CDC.

Se, ao contrário, a aquisição do produto ou utilização do serviço se der em campo de atuação distinto daquele exercido pelo empresário, a relação jurídica caracterizar-se-á como de consumo, estando, por conseguinte subsumida às normas do CDC.

---

<sup>15</sup> Assim, o jurista admite a pessoa jurídica como consumidora se esta, por exemplo, adquire alimentos para fornecer a seus funcionários e tais alimentos mostram-se deteriorados ou contaminados.

A jurista supramencionada afirma que, além disso, a pessoa jurídica deve apresentar a característica essencial das relações de consumo, qual seja, a vulnerabilidade. Assim, se pela análise do caso concreto se afastar a presunção de vulnerabilidade da empresa, esta não poderá se valer das regras do Código.

Outros doutrinadores – tal como Cláudia Lima Marques – estabelecem que o consumidor-profissional pode ser inserido no conceito de consumidor desde que na relação jurídica de consumo não obtenha lucro. Caso contrário, deverá ser-lhes aplicadas as regras do Código Civil ou do Código Comercial.

No intuito de se definir a figura do consumidor no ordenamento brasileiro, faz-se indispensável ressaltar que o legislador trouxe conceitos desse sujeito em outros dispositivos do CDC, a saber: parágrafo único do art. 2º, art. 17 e art. 29. Esses artigos referem-se ao consumidor equiparado.

Analisemos de forma sintética tais dispositivos. O parágrafo único do art. 2º diz respeito à coletividade de pessoas.<sup>16</sup> Visa-se proteger os interesses e direitos da coletividade de pessoas, ainda que não possam ser identificadas, mas desde que tenham participado da relação de consumo de algum modo. Isso significa que o CDC ratificou a defesa dos denominados interesses difusos e coletivos (assim como preconiza o art. 81, parágrafo único e seus incisos). Tal norma objetiva tutelar não apenas aqueles que de fato adquirem um produto ou serviço, mas também as pessoas que potencialmente podem vir a adquiri-lo. Objetiva-se proteger um grupo, classe ou categoria de consumidores.

O art. 17 da Lei nº 8.078/90 traz outra espécie de consumidor: “Para os efeitos dessa Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”.

Referido artigo está inserido na Seção II “Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço”. Através dessa norma, o indivíduo que não participou da relação jurídica de consumo, ou seja, o terceiro prejudicado pelo acidente de consumo, poderá ter seus danos reparados, com base na responsabilidade objetiva do fornecedor.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> “Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.”

<sup>17</sup> Nunes (2000, p. 78) exemplifica tal situação ao tratar da hipótese de um sujeito (consumidor) que compra cerveja para oferecer aos seus convidados numa festa. Aqueles que ingerem a bebida também são consumidores, já que estão utilizando o produto (art. 2º, *caput*). E até mesmo aqueles que não bebem a cerveja podem ser considerados consumidores, se ocorrer um acidente de consumo. Assim, se uma garrafa de

Há, ainda, a situação disposta no art. 29 do Código de Defesa do Consumidor:

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.

Tal dispositivo inaugura o Capítulo V do CDC, que trata das práticas comerciais e o capítulo seguinte denomina-se “Da Proteção Contratual”. Assim, essa norma é a mais abrangente de todas, visto que basta um indivíduo estar exposto a uma das práticas previstas nos capítulos supramencionados para receber a proteção legal. Segundo Nunes (2000, p. 89), “o que a lei diz é que, uma vez existindo qualquer prática comercial, *toda* a coletividade de pessoas já está exposta a ela, ainda que em nenhum momento se possa identificar um único consumidor real que pretenda insurgir-se contra tal prática.” Neste caso, mostra-se patente a proteção ao consumidor potencial.

Mostrou-se evidente, através da análise dos conceitos de consumidor, que o CDC visou proteger o mais amplamente possível esse sujeito da relação de consumo, a ponto até de tutelá-lo da forma mais abstrata (art. 29). Além disso, demonstrou-se que a incidência das normas do CDC não se dá apenas no âmbito dos contratos, ou seja, consignou-se a proteção do consumidor também na fase pré-contratual e pós-contratual.

#### **4.4 Conceito de fornecedor**

Esse outro sujeito da relação de consumo vem definido no art. 3º do CDC:

Art. 3º Fornecedor é 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.

---

cerveja explodir, atingindo todos os convivas, significa que todos são vítimas do evento e, portanto, consumidores (art. 17).

O fornecedor é o responsável pela colocação de produtos e serviços à disposição do consumidor. Na lição de Lisboa (2001, p. 128):

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica que, no exercício da sua atividade profissional econômica, lança produtos ou serviços no mercado de consumo. A atividade profissional da pessoa física ou jurídica deve ser, em qualquer hipótese, o meio para que o consumidor proceda à aquisição do produto ou do serviço.

Já segundo Nogueira (2004) “fornecedor é toda pessoa, dentre as nomeadas exemplificativamente na lei específica, que tenha atuação no trato negocial de fornecimento de produtos ou de prestação de serviços, na órbita do mercado de consumo.”

Nota-se que em relação ao conceito de fornecedor não há uma grande discussão na doutrina, como ocorre com o consumidor. Isso deve-se, quiçá, ao fato de que a definição de fornecedor é mais clara, objetiva e concentrada num só artigo. Almeida (2000) dispõe ser mais cômodo definir esse sujeito da relação de consumo por exclusão; dessarte, aqueles que estabelecem relações negociais características de direito privado, não se tratando de profissão ou atividade, estão excluídos do regime do Código de Defesa do Consumidor. Assim, se um indivíduo vende a outro seu automóvel, tal relação será regulada pelo Código Civil, e não pela lei consumerista.

Importa salientar que qualquer pessoa jurídica pode figurar como fornecedora; assim como também os entes despersonalizados<sup>18</sup> (como, por exemplo, a massa falida) e a pessoa física. Neste último caso, podem ser considerados fornecedores os profissionais liberais que prestam serviço; ou a pessoa física que, mesmo não sendo profissional liberal, presta serviços (tal como o electricista e o encanador, por exemplo); e a hipótese da pessoa que desenvolve atividade eventual ou rotineira de venda de produtos, sem ter constituído uma pessoa jurídica.<sup>19</sup>

Deve-se consignar, ainda, que o termo “fornecedor” é genérico, sendo que daí decorrem as seguintes espécies: fabricante, produtor, construtor, importador e comerciante.

---

<sup>18</sup> Nunes (2000) diz que aí se enquadram as “pessoas jurídicas de fato”, ou seja, aquelas que não estão constituídas como pessoas jurídicas, mas exercem atividade industrial, comercial etc. Segundo o jurista, a figura do “camelô” aí se insere.

<sup>19</sup> Assim deve ser considerado o estudante que, para pagar a mensalidade da faculdade, compra jóias para revender entre os colegas ou o cidadão que compra e vende automóveis, seguidamente, para aferir lucro.

Na visão de Almeida (2000, p. 41), “fornecedor é, pois, tanto aquele que fornece bens e serviços ao consumidor como aquele que o faz para o intermediário ou comerciante, porquanto o produtor originário também deve ser responsabilizado pelo produto que lança no mercado de consumo (CDC, art. 18).”

Ademais, faz-se imprescindível assentar a pertinente observação de Nascimento (1991, p. 23):

Nenhuma pessoa, seja física, seja jurídica, tem o rótulo definitivo de consumidor ou fornecedor. A relação jurídica de consumo é que vai defini-la. Uma pessoa que, pela manhã, adquiriu um aparelho de televisão para seu uso e fruição, é consumidor nesta relação de consumo. Esta mesma pessoa, momentos após, na situação de autônomo, presta serviços de conserto de um automóvel. Nesta relação de consumo, passa a ser fornecedor.

Verifica-se que o legislador também trouxe os conceitos de produto e serviço.<sup>20</sup> Produto é um bem com valor econômico, cuja finalidade é suprir necessidades humanas. É certo que qualquer bem adquirido em uma relação de consumo é produto. Basta que a coisa tenha sido colocada no mercado de consumo pelo fornecedor.

Serviço é prestação de atividade, desde que tal atividade seja ofertada no mercado de consumo e seja remunerada; além disso, o serviço pode ser público ou privado. Entretanto, conforme dispõe o § 2º, *in fine*, do artigo em análise, exclui-se a relação empregatícia do âmbito do CDC, haja vista que o empregado está subordinado ao empregador que, por sua vez, assume os riscos da atividade econômica, sendo que cabe a este responder pelas conseqüências do trabalho desenvolvido.

---

<sup>20</sup> “Art. 3º (...)

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é 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.”

## 5 OS PRINCÍPIOS GERAIS DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Os princípios basilares das relações de consumo encontram-se dispostos nos artigos 1º ao 7º do Código de Defesa do Consumidor. São eles que informam o sistema do CDC. Portanto, é correto dizer que tais princípios estão espalhados por todo o texto da lei consumerista. É importante salientar que informam não só o CDC como todo o sistema de proteção ao consumidor, sendo que as demais normas que visam tutelar o destinatário final de produtos ou serviços devem seguir os preceitos enunciados por tais princípios.<sup>21</sup>

Colhe-se na doutrina a interpretação de que

Etimologicamente, o termo 'princípio' (do latim principium, principii) encerra a idéia de começo, origem, base. (...) Por igual, em qualquer ciência, princípio é começo, alicerce, ponto de partida. Pressupõe, sempre, a figura de um patamar privilegiado, que torna mais fácil a compreensão ou a demonstração de algo. Nesta medida é, ainda, a pedra angular de qualquer sistema. (Carraza *apud* Dal Col, 2000)

Ainda na senda da definição dessa figura jurídica, Silva (1994) destaca que “princípio” exprime o sentido de mandamento nuclear de um sistema, sendo o alicerce deste, irradiando-se sobre diversas normas e conduzindo a correta compreensão das mesmas.

É cediço que cabe aos princípios guiar os juristas e demais operadores do direito na aplicação da lei. Mas não é só isso; os princípios do CDC também têm como função precípua orientar os fornecedores para colocar no mercado produtos e serviços que não firmam esses alicerces da legislação consumerista. Deve-se ressaltar que somente com a

---

<sup>21</sup> Nery Jr. ao discorrer sobre o microssistema criado com o advento do CDC e os princípios introduzidos no ordenamento brasileiro por tal lei, destaca que: “optou-se por aprovar lei que contivesse preceitos gerais, que fixasse os princípios fundamentais das relações de consumo. É isto que significa ser uma lei principiológica. Todas as demais leis que se destinarem, de forma específica, a regular determinado setor das relações de consumo deverão submeter-se aos preceitos gerais da lei principiológica, que é o Código de Defesa do Consumidor. Assim, sobrevindo lei que regule, *v.g.*, transportes aéreos, deve obedecer aos princípios gerais estabelecidos no CDC. (...) Destarte, o princípio de que a lei especial derroga a geral não se aplica ao caso em análise, porquanto o CDC não é apenas lei geral das relações de consumo, mas, sim, lei principiológica das relações de consumo. Pensar-se o contrário é desconhecer o que significa o microssistema do Código de Defesa do Consumidor, como lei especial sobre relações de consumo e lei geral, principiológica, à qual todas as demais leis especiais setorializadas das relações de consumo, presentes e futuras, estão subordinadas.” (GRINOVER et al., 2001, p. 444)

eskorreita interpretação dos princípios atingir-se-á a finalidade da legislação. Na lição de Nunes (2000, p. 3-4):

(...) os princípios exercem uma função importantíssima dentro do ordenamento jurídico-positivo, já que orientam, condicionam e iluminam a interpretação das normas jurídicas em geral. Por serem normas qualificadas, os princípios dão coesão ao sistema jurídico, exercendo excepcional fator aglutinante.

Embora os princípios e as normas tenham a mesma estrutura lógica, aqueles têm maior pujança axiológica do que estas. São, pois, normas qualificadas, que ocupam posição de destaque no mundo jurídico, orientando e condicionando a aplicação de todas as demais normas.

Destarte, infere-se que os princípios são regras-mestras dentro do sistema positivo em que se encontram, sendo que todas as demais normas devem-lhes observância. Os princípios devem ser interpretados como supranormas, isto é, atuam no ordenamento jurídico como dispositivos hierarquicamente superiores às demais regras. Neste sentido, afirma-se que “violar um princípio é muito mais grave que transgredir uma norma qualquer. A desatenção ao princípio implica ofensa não apenas a um específico mandamento obrigatório mas a todo o sistema de comandos.” (Bandeira de Mello *apud* Nunes, p. 2). Sendo assim, os artigos 1º ao 7º do CDC possuem conteúdo de princípios legais informadores da relação de consumo, e têm natureza infraconstitucional.

Não obstante isso, há quem se insurja contra tal entendimento, reputando insignificantes os princípios da legislação consumerista. Exemplo notório disso é o jurista Toshio Mukai. Ao tecer comentários a respeito do art. 4º do CDC, ele assim se expressa:

(...) A norma contempla oito princípios a serem atendidos; elenco extenso, de intenções, sem nenhuma sanção para o descumprimento pelo Poder Público.

Na realidade, trata-se de norma programática e sem nenhuma cogência, costume que se apossou dos nossos legisladores (o de normatizarem intenções, desejos e palavreados pomposos, mas destituídos de qualquer significado prático) desde a época do autoritarismo e que continua a se manifestar (infelizmente) em diversas legislações, em especial, do nível federal.

O que, na realidade, convém sublinhar é que norma sem sanção, embora norma, é ineficaz.

Portanto, não há que se perder tempo com essa disposição, posto que a norma não tem eficácia e consequência prática. (MUKAI et al., 1991, p. 11-12)

Com a devida vênia, o ilustre jurista adotou um posicionamento equivocado, que não merece guarida. Isso porque, conforme exposto, os princípios são normas informadoras, e o fato de não possuírem sanção não lhes subtrai eficácia jurídica. Não interpretar dessa maneira seria o mesmo que negar eficácia à quase todo o texto da Constituição Federal, por exemplo. A regra jurídica, em geral, possui eficácia, só que esta pode apresentar-se em graus distintos (daí a divisão efetuada pela doutrina em normas de eficácia plena, de eficácia limitada e de eficácia contida). É evidente que as normas jurídicas não contém preceitos inúteis.

O art. 4º do CDC estabelece o objetivo a ser alcançado para a proteção do consumidor, a partir dos princípios que enuncia e a partir da aplicação das demais normas que integram o microsistema consumerista.<sup>22</sup> Conseqüentemente, a eficácia do artigo supramencionado será alcançada a partir da aplicação das normas subseqüentes. A corroborar tal entendimento, faz-se pertinente citar a doutrina:

Os princípios gerais das relações de consumo estão enumerados nos arts. 1º ao 7º do Código. Tudo o mais que consta da lei é, por assim dizer, uma projeção desses princípios gerais, isto é, uma espécie de pormenorização daqueles princípios de modo a fazê-los efetivos e operacioná-los. Estas normas não são, de regra, programáticas, desprovidas de eficácia, mas concretas cuja eficácia vem descrita em todo o corpo do Código. (NERY JR., 1992, p. 51)

Como visto, os mandamentos contidos nos princípios irradiam-se por todo o corpo do Código de Defesa do Consumidor. Logo, o capítulo sobre a proteção contratual nas relações de consumo, que engloba as cláusulas abusivas – objeto deste trabalho –, evidentemente contém o reflexo dessas figuras jurídicas, donde se depreende a relevância dos princípios.

Dessa maneira, a título de exemplo, temos o inciso XIII do art. 51, que assim está redigido:

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

(...)

XIII – autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração.

---

<sup>22</sup> Neste sentido, é interessante citar a observação de Nunes (2000, p. 104): “O art. 4º, que trata da política nacional das relações de consumo, apresenta os princípios nos quais todo o sistema se fundamenta.”

A inserção de tal inciso justifica-se justamente em razão dos princípios da vulnerabilidade e do equilíbrio, que serão tratados adiante, visto que o consumidor está totalmente sujeito àquilo que o fornecedor oferta no mercado de consumo e, além disso, seria inadmissível e não se coadunaria com a equidade contratual a alteração unilateral dos contratos. Sendo assim, para que a modificação ulterior do contrato não esteja inquinada de nulidade, faz-se necessário que resulte de tratativas conjuntas entre o fornecedor e o consumidor.

Não podemos olvidar, obviamente, do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, que justifica a proteção especial conferida ao consumidor. Referido princípio está disposto no art. 1º, inciso III da CF, dentre os princípios fundamentais da República Federativa do Brasil.

Importa ressaltar, também, que a Organização das Nações Unidas (ONU) previu princípios gerais de amparo ao consumidor ao baixar a Resolução nº 39/248 de 10 de abril de 1985, visando incentivar os países-membros a adotarem instrumentos de proteção aos consumidores. Com isso, destacou-se o tema da defesa do consumidor em todo o mundo, especialmente entre os países em desenvolvimento (como o Brasil), nos quais não havia muitas medidas protetivas. Em razão disso, vem a propósito transcrever os referidos princípios gerais de tal Resolução:

### **Princípios Gerais**

Os governos devem desenvolver, reforçar ou manter uma política firme de proteção ao consumidor, considerando as normas abaixo discriminadas. Ao fazê-lo, cada governo deve determinar suas próprias propriedades para a proteção dos consumidores, de acordo com as circunstâncias econômicas e sociais do país e as necessidades de sua população verificando os custos e benefícios das medidas propostas.

3. As normas servirão para atingir as seguintes necessidades:

- a) proteger o consumidor quanto a prejuízos à sua saúde e segurança;
- b) fomentar e proteger os interesses econômicos dos consumidores;
- c) fornecer aos consumidores informações adequadas para capacitá-los a fazer escolhas acertadas de acordo com as necessidades e desejos individuais;
- d) educar o consumidor;
- e) criar possibilidades de real ressarcimento ao consumidor;
- f) garantir a liberdade para formar grupos de consumidores e outros grupos ou organizações de relevância e oportunidades para que estas organizações possam apresentar seus enfoques nos processos decisórios a elas referentes.

4. Os governos devem prover ou manter uma infra-estrutura adequada para desenvolver, implementar e orientar a política de proteção ao consumidor. Cuidados especiais devem ser tomados para garantir que as medidas de proteção ao consumidor sejam implementadas em benefício de todos os setores da população, particularmente a população rural.

5. Todas as empresas devem obedecer às leis e regulamentos pertinentes aos países com os quais mantêm transações comerciais. Devem também sujeitar-se às determinações apropriadas quanto aos padrões internacionais para a proteção de consumidores com as quais as autoridades dos países em questão tenham concordado. (Daqui em diante as referências quanto aos padrões internacionais, devem ser vistas dentro do contexto deste parágrafo).

6. A potencialidade que o papel positivo das universidades e das empresas de pesquisas públicas e privadas representa deve ser levada em consideração ao se desenvolver políticas de proteção ao consumidor.<sup>23</sup>

Sendo assim, demonstrada está a relevância dos princípios informadores dos direitos do consumidor. Tais “regras-mestras” do direito visam harmonizar as relações de consumo, ante a reconhecida disparidade encontrada nas relações negociais entre os destinatários finais de produtos e serviços e os fornecedores.

Como mencionado anteriormente, os princípios, embora estejam refletidos por todo o texto do CDC, estão concentrados entre os artigos 1º ao 7º de tal lei. É de se notar, porém, que os arts. 1º ao 3º trazem em seu bojo conceitos e disposições gerais (como o próprio título do capítulo I proclama), e as normas principiológicas da legislação consumerista, propriamente ditas, estão contidas entre os arts. 4º e 7º.

Ao se analisar esses dispositivos observa-se que são diversos os princípios informadores. Quanto a tal classificação, os juristas divergem, cada qual enumerando distintamente os princípios que julgam estar contidos nessas normas.

Como exemplo de tal assertiva, vemos que Lisboa (2001) destaca como princípios informativos da relação de consumo a vulnerabilidade, a hipossuficiência, a transparência, a boa-fé objetiva, o equilíbrio econômico e jurídico da relação, a proteção dos direitos extrapatrimoniais e patrimoniais, o acesso à justiça, a facilitação da defesa dos direitos, a defesa individual e coletiva dos direitos, a reparabilidade integral do dano e a aplicação subsidiária das normas de direito comum.

Já para Almeida (2000), são princípios específicos da Lei nº 8.078/90: da isonomia (vulnerabilidade), da boa-fé e da equidade. Ele afirma, ainda, que a doutrina sistematizou oito princípios, a saber: vulnerabilidade, intervenção estatal, transparência, boa-fé,

---

<sup>23</sup> Filomeno (2001, p. 506-507).

facilitação do acesso à justiça e do sancionamento das desconformidades de consumo, responsabilização objetiva e solidariedade obrigacional.

Soares (2001) afirma que o CDC tem como linha principiológica três matizes, que se consubstanciam no princípios da vulnerabilidade, da boa-fé e do equilíbrio contratual.

Cláudia Lima Marques (2002) frisa que existem dois princípios básicos quando da formação dos contratos de consumo: o princípio da transparência e o princípio da boa-fé (ou lealdade). No que concerne à execução do contrato, a jurista afirma que o CDC introduziu o princípio da equidade (equilíbrio) contratual e o princípio da confiança.

Por outro lado, Nunes (2000) estabelece que os princípios do microsistema de proteção ao consumidor estão firmados especificamente nos arts. 1º, 4º, 6º e 7º da lei consumerista.<sup>24</sup>

Ante a diversidade de posicionamentos, entendemos que os princípios fundamentais do Código de Defesa do Consumidor, introduzidos pela Lei nº 8.078/90 e que distinguem a legislação consumerista das demais, destacando a importância da proteção ao consumidor, são os seguintes: princípio da vulnerabilidade, princípio da boa-fé, princípio do equilíbrio, princípio da transparência e informação. Chega-se a essa conclusão porque quase todos os quatro princípios citados são assim reconhecidos pelos juristas supramencionados. Tais princípios são distintivos e denotam que o CDC, de fato, criou um microsistema de proteção ao destinatário final de produtos e serviços. É certo, porém, que subsistem muitos outros princípios constantes no texto da Lei nº 8.078/90.

Diante disso, passemos à análise de cada um desses princípios inseridos no Código de Defesa do Consumidor.

## 5.1 O princípio da vulnerabilidade

Esse princípio está expressamente previsto no art. 4º, inciso I da lei consumerista, a saber:

---

<sup>24</sup> Para o jurista, tais princípios são: “o do protecionismo e do imperativo de ordem pública e interesse social, que permite, por exemplo, que o magistrado aplique as regras legais *ex officio* (art. 1º); o da vulnerabilidade (art. 4º, I); o da hipossuficiência (art. 6º, VIII); o do equilíbrio e da boa-fé objetiva (art. 4º, III); o do dever de informar (art. 6º, III); o da revisão das cláusulas contrárias (art. 6º, V); o da conservação do contrato (art. 6º V); o da equivalência (art. 4º, III, c/c o art. 6º, II); o da transparência (art. 4º, *caput*) e o da solidariedade (parágrafo único do art. 7º).” (NUNES, 2000, p. 72-73)

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo

Tal princípio é uma das notas características do CDC e, nas palavras de Almeida (2000, p. 16), “é a espinha dorsal da proteção ao consumidor, sobre o qual se assenta toda a linha filosófica do movimento.”

É de se notar que a vulnerabilidade foi expressamente prevista na Lei nº 8.078/90, entretanto, já estava implícita na Constituição Federal. Verifica-se que a Carta Magna previu a “defesa do consumidor” (art. 5º, XXXII e art. 170, V) e, com isso, já proclamava a situação de inferioridade em que se encontra o destinatário final de produtos e serviços perante o mercado, necessitando de proteção específica.

Vislumbra-se, ainda, que a vulnerabilidade é corolário do princípio constitucional da isonomia, cuja melhor interpretação é a de que se deve tratar igualmente os iguais e desigualmente os desiguais, na medida dessa desigualdade. O legislador constituinte estabeleceu que certos grupos de pessoas (tal como os consumidores) merecem amparo especial, pois só com o seu tratamento desigual firmar-se-á a verdadeira paridade. Há que se ressaltar, também, que o reconhecimento da vulnerabilidade dessa figura é universal, prova disso é a Resolução nº 39/248 de 1985 da ONU.

A partir do reconhecimento dessa vulnerabilidade é que surgiu a tutela do consumidor. Este, evidentemente, é parte mais frágil na relação de consumo. O consumidor não tem poder algum sobre os meios de produção tampouco sobre aquilo que é colocado no mercado de consumo. Aliás, são os detentores dos bens de produção que controlam o mercado, isto é, decidem sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, estipulando as suas margens de lucro. Por outro lado, o consumidor se submete aos bens e serviços oferecidos pelos fornecedores e aos meios de contratação impostos por estes.

De acordo com Lisboa (2001, p. 83):

A vulnerabilidade do consumidor advém de inúmeros fatores, dentre os quais: as práticas abusivas do fornecedor, o oferecimento de produtos e serviços sem a

observância dos princípios gerais das relações de consumo e a inserção de cláusulas abusivas nos contratos unilateralmente predispostos.

Almeida (2000) diz que essa vulnerabilidade pode se manifestar de diversas formas, como pela desinformação (quando, por exemplo, o consumidor compra um determinado remédio impelido por intensa propaganda), por fraude (quando pensa estar adquirindo um medicamento, mas, na realidade, foi incluída farinha de trigo astuciosamente em sua composição), dentre outros modos. Sendo assim, nota-se que o consumidor não está bem educado para consumir e, conseqüentemente, é suscetível de sofrer todo e qualquer tipo de lesão; por isso faz jus à proteção que lhe é dispensada.

Ante tais disparidades, coube ao Poder Público intervir nas relações negociais de consumo, com o objetivo de restabelecer a igualdade entre as partes contratantes. Daí advieram normas como o CDC, sendo que este presume a vulnerabilidade do consumidor.

Faz-se necessário destacar que Marques (2002) estabelece uma distinção entre três tipos de vulnerabilidade: técnica, jurídica e fática; todas essas presumidas em relação ao consumidor. A vulnerabilidade técnica decorre do desconhecimento do consumidor acerca das características do bem ou serviço que adquire, estando facilmente sujeito ao engodo. Ademais, a fragilidade de ordem técnica dessa figura, na lição de Nunes (2000),

(...) Está ligada aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido.

A vulnerabilidade jurídica, por sua vez, diz respeito à falta de conhecimentos jurídicos específicos, o que impossibilita o destinatário final de produtos e serviços de vislumbrar abusos na contratação e, conseqüentemente os seus direitos que daí advém. Além disso, é fácil de se notar a grande dificuldade que assola o consumidor quando tem que recorrer a algum advogado para defender seus direitos. Isso porque, em geral, o consumidor individualmente considerado não possui recursos suficientes para contratar um causídico e pagar as despesas processuais. Neste ponto, há uma diferença abissal entre o tutelado pelo CDC e os fornecedores, haja vista que estes, em muitos casos, possuem até mesmo departamentos jurídicos destinados a proteger seus interesses.

Já a vulnerabilidade fática (ou sócio-econômica) refere-se ao fato de que o fornecedor, na maior parte das vezes, tem grande poderio econômico se comparado ao consumidor.

Há, no Código, uma outra expressão constante no art. 6º, VIII, que evoca o sentido de vulnerabilidade. Trata-se da “hipossuficiência”. Há divergência na doutrina se tais termos se equivalem. Almeida (2000) os considera sinônimos. Por outro lado, Nunes (2000) expressa a diferença que há entre ambos. Segundo ele, a vulnerabilidade está relacionada à fragilidade econômica e técnica do consumidor. Porém, a hipossuficiência diz respeito à falta de conhecimento técnico deste acerca do produto ou serviço. Justifica tal assertiva, ao dizer que não é pelo simples fato da pobreza do consumidor que se fará a inversão do ônus da prova; assim, a hipossuficiência não está necessariamente jungida ao aspecto econômico, ao contrário da vulnerabilidade, que pode estar ligada a isso.

Lisboa (2001), contudo, afirma que a vulnerabilidade não se relaciona à questões econômicas, já que o consumidor sempre será considerado presumivelmente vulnerável, independentemente de sua situação sócio-econômica. Já a hipossuficiência pode se relacionar com o aspecto econômico do consumidor, assim como ao aspecto de desconhecimento técnico dos bens ou serviços. Desse modo, em razão de um desses aspectos, o magistrado pode determinar a inversão do ônus da prova.

É de se notar, ainda, que em razão do princípio da vulnerabilidade é que se vedou expressamente as práticas comerciais abusivas (tal como a venda casada), as cláusulas abusivas (como a que exime o fornecedor de responsabilidade na hipótese de defeito no produto), além da defesa coletiva dos interesses dos consumidores, por exemplo.

Diante de todo o exposto, afere-se a importância de tal princípio à ordem jurídica brasileira, mormente ao sistema especial de proteção ao consumidor. Com o reconhecimento da vulnerabilidade dos destinatários finais de produtos e serviços no mercado de consumo é que se justificou a criação de um sistema organizado de normas aptos a tutelá-los e informar toda a legislação consumerista subsequente.

## 5.2 O princípio da boa-fé

O princípio da boa-fé nas relações de consumo está estampado no art. 4º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor, conforme a seguir:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

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

Além disso, a boa-fé é prevista como cláusula geral nos contratos de consumo:

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

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

Convencionou-se dividir a boa-fé em subjetiva e objetiva.<sup>25</sup> A primeira refere-se a um estado de consciência do indivíduo de estar agindo em conformidade com o direito. Refere-se, portanto, ao estado psicológico da pessoa, à intenção do sujeito na relação jurídica. Já a boa-fé objetiva, consagrada no CDC, diz respeito a um modelo de conduta social; está ligada ao dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade, lealdade e probidade, cuja finalidade é estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Com isso, objetiva-se que as partes atuem com um comportamento fiel e leal, de modo que uma respeite a outra. Veda-se, conseqüentemente, o intuito de esperteza, lucro fácil e

---

<sup>25</sup> O sentido de boa-fé objetiva foi desenvolvida pelos alemães, conforme preceitua o § 242 do BGB (Código Civil alemão). Sendo assim, “não se pode olvidar que coube à doutrina germânica imprimir a evolução desejada à matéria, estabelecendo-se o princípio da boa-fé objetiva como regra de conduta a ser seguida pelas partes, que razoavelmente delas se esperaria, de acordo com a natureza da relação jurídica constituída.” (LISBOA, 2001, p. 103)

imposição de prejuízo ao outro contratante. Não se coaduna com o direito, em razão da boa-fé, o desejo de se lograr outrem numa dada contratação.

Conforme nos ensina Soares (2001, p. 219):

Como novo paradigma para as relações contratuais de consumo de nossa sociedade massificada, despersonalizada e cada vez mais complexa, propôs o diploma híbrido de consumo a revitalização dos princípios gerais do direito há muito conhecido e sempre presente desde o movimento do direito natural: o princípio geral da Boa-Fé.

Porém, é de se notar que este princípio geral da boa-fé objetiva deve ser observado não apenas nos contratos de consumo, mas sim em todas as relações contratuais na sociedade moderna. Trata-se de um princípio, pois, que informa todo o regime contratual brasileiro. Referido princípio é de tamanha importância para as relações obrigacionais que o Código Civil de 2002 passou a exigir a boa-fé dos contratantes expressamente em seu art. 422, a saber:

Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

É evidente, com isso, que foi superada a teoria de que deveria prevalecer nos contratos, exclusivamente, a autonomia da vontade das partes; esta não terá validade caso o contraente esteja agindo com o intuito de ludibriar o outro, ou algum terceiro. Além disso, os contratos, hodiernamente, devem cumprir sua função social, ou seja, não devem atender apenas aos anseios das partes, mas devem estar em consonância com os objetivos da sociedade.

Tal princípio deve ser obedecido não só na fase da contratação propriamente dita, mas também na fase pré-contratual. Sendo assim, o fornecedor deve informar, previamente, com absoluta correção, as características, a qualidade, a funcionalidade, a composição, o preço e a forma de pagamento do produto ou do serviço, sob pena de incidir na prática de publicidade enganosa. Essas informações integram a oferta, pelo que, embora antecedentes ao fechamento de qualquer transação comercial ou contratação, tornam-se desde logo em obrigações para o fornecedor, especialmente para vinculá-lo às informações prestadas; assim, visa-se consagrar a boa-fé.

O princípio da boa-fé, tal como preconiza o supramencionado art. 4º, III do CDC, visa exatamente à harmonização das relações entre fornecedor e consumidor, de modo que este seja informado de todos os termos do contrato e da execução deste.

Verifica-se que se partindo do princípio da boa-fé surgiram outros princípios e normas de extrema relevância para a teoria contratual, especialmente no que diz respeito às relações contratuais de consumo. Há autores que apontam como decorrência da boa-fé objetiva o dever de informação ao consumidor, outros dizem que a exigibilidade de transparência nas relações é consequência de tal princípio; outros, ainda, apontam a equidade contratual. Neste sentido, Novais (2001) afirma que “o princípio da boa-fé objetiva atua como um dos pilares fundamentais da nova realidade contratual”, sendo que, além de limitar a autonomia da vontade dos contratantes, criou outros deveres aos contratantes – chamados deveres anexos – tais como os deveres de informação, de segurança, de cooperação, dentre outros. Ainda segundo essa autora, o princípio máximo balizador do direito contratual deixou de ser a autonomia da vontade e passou a se consubstanciar no princípio da boa-fé objetiva (e também no princípio da tutela ao hipossuficiente). Assim, nota-se novamente a relevância de tal regra.

Neste trabalho optamos por considerar a equidade, a transparência e a informação também como princípios informadores dos direitos do consumidor, e não apenas como simples normas decorrentes da boa-fé. Isso porque tais princípios constam dentre os artigos 1º ao 7º do CDC que contém, exatamente, todos os princípios inerentes às relações de consumo. Há regras de defesa do consumidor, também, que decorrem justamente deles. Além disso, são tidos por alguns juristas como princípios autônomos e, portanto, informadores do microsistema que ora estudamos.<sup>26</sup>

### **5.3 O princípio do equilíbrio**

Também é denominado princípio da equidade, e consta, assim como o princípio da boa-fé, nos artigos 4º, III e 51, IV do Código de Defesa do Consumidor.

---

<sup>26</sup> Neste sentido, Marques (2002), Soares (2001), Almeida (2000), Nunes (2000).

É cediço que a relação de consumo apresenta um claro desequilíbrio, haja vista que o poder – técnico, econômico e jurídico – do fornecedor é visivelmente superior ao do consumidor, que muitas vezes sequer sabe identificar seus direitos e reivindicá-los.

Sendo assim, o CDC expressamente declara que tais relações negociais devem ser fundadas no equilíbrio entre as partes, ou seja, deve haver paridade entre direitos e deveres dos contratantes. Destarte, aqui, igualmente, procurou assegurar-se ao consumidor o princípio constitucional da isonomia. Almeja-se, dessa forma, estabelecer-se a justiça contratual. Na lição de Marques (2002, p. 741) lemos que:

Assim, institui o CDC normas imperativas, as quais proíbem a utilização de qualquer cláusula abusiva, definidas como as que assegurem vantagens unilaterais ou exageradas para o fornecedor de bens e serviços, ou que sejam incompatíveis com a boa-fé e a equidade.

Verifica-se, pois, que tal princípio guarda estreita relação com a vedação das cláusulas abusivas nos contratos de consumo. É em razão de tal princípio, também, expressamente disposto no rol do art. 51, que as cláusulas abusivas devem ser extirpadas do contrato em que constarem.<sup>27</sup>

Assim, não se privilegia tão-somente a livre manifestação de vontade das partes. É necessário que tal vontade não viole regras básicas instituídas pelo CDC, ou seja, para a validade do vínculo contratual de consumo é fundamental que o mesmo não lese legítimos interesses e expectativas dos consumidores. Em razão disso é que o princípio do equilíbrio entre as partes demonstra sua compulsoriedade.

Ainda que o consumidor esteja ciente da inclusão de uma cláusula abusiva no contrato em que é signatário, referida cláusula será reputada nula e, conseqüentemente, será desconsiderada, caso contrário, o princípio do equilíbrio tornar-se-ia letra morta. Neste diapasão, é pertinente citar Marques (2001, p. 742):

---

<sup>27</sup> Marques (2002, p. 741) cita decisão do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul que reconhece a não observância do princípio do equilíbrio contratual como causa para se impor a nulidade de uma cláusula: “Apelação – Direito Econômico – Contratos bancários – Mútuo – Aplicação do CDC – Juros. ...Em face dos dispositivos contidos nos arts. 6º e 51 do CDC, as cláusulas contratuais não podem se constituir como prestações desproporcionais, que estabeleçam obrigações iníquas, de modo a se tornarem excessivamente onerosas ao devedor. A violação ao princípio da equidade contratual impõe a nulidade da cláusula. Juros de 6,955 A.M. ou mais são abusivos e quebram a regra do art. 115 do CC. (APC 70.000.998.807, Des. Roque Miguel Frank, j. 31.05.2000).”

O princípio da equidade, do equilíbrio contratual é cogente; a lei brasileira, como veremos, não exige que a cláusula abusiva tenha sido incluída no contrato por “abuso do poderio econômico” do fornecedor, como exigia a lei francesa, ao contrário, o CDC sanciona e afasta apenas o resultado, o desequilíbrio, não exige um ato reprovável do fornecedor; a cláusula pode ter sido aceita conscientemente pelo consumidor, mas se traz vantagem excessiva para o fornecedor, se é abusiva, o resultado é contrário à ordem pública, contrária às novas normas de ordem pública de proteção do CDC e a autonomia de vontade não prevalecerá.

É em razão de tal princípio, também, que se busca assegurar ao destinatário final de produtos e serviços a isonomia prevista constitucionalmente, que preconiza o tratamento desigual das partes desiguais. Como consequência disso, e tendo em vista a vulnerabilidade do consumidor, o Código contém os instrumentos necessários para que se proceda ao reequilíbrio na relação contratual. Exemplo disso é o art. 6º, inciso V, da Lei nº 8.078/90:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.

Sendo assim, acarretando-se onerosidade excessiva ao consumidor, o contrato deverá ser revisto, a fim de se restabelecer o equilíbrio na relação. Portanto, baseando-se o comportamento das partes na boa-fé e, objetivando-se preservar a equidade nos contratos, surge como consequência a possibilidade de revisão da relação negocial celebrada entre elas, pela incidência da *cláusula rebus sic stantibus*.

Além disso, tal como a boa-fé, a equidade é tida como cláusula geral dos contratos, visto que consta no rol do art. 51 da lei consumerista. Conseqüentemente, mesmo que no contrato não exista menção expressa ao equilíbrio na relação, a equidade deverá ser ínsita a qualquer contrato de consumo. A idéia de equidade está intrinsecamente ligada à idéia de justiça. O princípio do equilíbrio existe, justamente, para impedir a inserção de condições iníquas nos contratos ou que estabeleçam vantagem exagerada a uma das partes em detrimento à outra. O objetivo de tal princípio é alcançar a justiça contratual, através do equilíbrio entre os contraentes; se isto não ocorrer, o contrato deverá ser revisto e até mesmo modificado.

Ante todo o exposto, infere-se que o consumidor, de fato, é a parte débil da relação de consumo, e para se restabelecer o equilíbrio entre os sujeitos de tal relação, o CDC traz

mecanismos para proteger o consumidor, educá-lo a respeito de seus direitos e fornecer-lhe instrumentos para alcançar a igualdade e a harmonia da relação de consumo.

#### **5.4 O princípio da transparência e da informação**

Tais princípios estão consignados nos artigos 4º, *caput* e inciso IV; 6º, inciso III, a saber:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III – 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.

Optamos aqui por tratar desses dois princípios dada a similitude entre ambos;<sup>28</sup> muitos autores, inclusive, entendem que tais princípios que se equivalem.

A transparência foi erigida como um dos princípios que compõem a política nacional das relações de consumo, o que denota sua relevância. Além disso, é princípio informador de todo o CDC e das leis de proteção ao consumidor. Pelo princípio da transparência, o fornecedor é devedor de informação, cumprindo-lhe esclarecer, avisar e predispor o consumidor a escolhas refletidas e autodeterminadas.

A informação também deve ser considerada um princípio informador da legislação consumerista e está estreitamente ligada à transparência. A informação há de ser correta, ampla e ostensiva. Ela é transmitida através da publicidade, prospectos, bulas, instruções de uso, rótulos e outros meios. Deve ser correta, adequada e veiculada de forma a que o

---

<sup>28</sup> “O princípio da transparência será complementado pelo princípio do dever de informar, previsto no inciso III do art. 6º (...).” (NUNES, 2000, p. 105)

consumidor a identifique como tal, e apreenda pelo menos o essencial sobre o que deseja adquirir. Quanto mais informações o fornecedor prestar ao consumidor acerca da relação de consumo, mais transparente será tal relação. Com isso, busca-se estabelecer que o vínculo negocial entre tais sujeitos seja o mais sincero e o menos lesivo possível.

Nas palavras de Marques (2002, p. 595):

Transparência significa informação clara e correta sobre o produto a ser vendido, sobre o contrato a ser firmado, significa lealdade e respeito nas relações entre fornecedor e consumidor, mesmo na fase pré-contratual, isto é, na fase negocial dos contratos de consumo.

Verifica-se, pois, que a idéia de transparência está jungida à noção de informação prestada na relação de consumo.<sup>29</sup> Está relacionada, igualmente, ao conceito de boa-fé objetiva que deve existir nos contratos, conforme analisado.

Lisboa (2001, p. 101), apregoa que “transparência é clareza qualitativa e quantitativa da informação que incumbe às partes conceder reciprocamente, na relação jurídica”, consubstanciando-se numa obrigação de fazer, já que está vinculado à conduta dos contratantes. O autor ressalta, posteriormente, que a transparência na relação entre fornecedor e consumidor somente será alcançada na medida em que houver o fornecimento de informações verdadeiras, adequadas, objetivas, claras e precisas reciprocamente entre as partes. No âmbito dos contratos, o princípio da transparência se traduz na obrigatoriedade do consumidor ter conhecimento prévio de seu conteúdo.

É imprescindível que o consumidor receba tais informações, pois só dessa forma ele poderá discernir e optar se deve ou não adquirir ou utilizar o produto ou serviço que lhe é ofertado.

Ao discorrer sobre o princípio da informação, Nunes (2000, p. 113) afirma que “o dever de informar é princípio fundamental na Lei nº 8.078, e, junto ao princípio da transparência estampado no *caput* do art. 4º, traz uma nova formatação aos produtos e serviços oferecidos no mercado.”

---

<sup>29</sup> Como exemplo da obrigatoriedade em se observar os princípios da informação e da transparência, Marques (2002, p. 596) cita decisão do TJRS: “Agravado de instrumento – Direito do consumidor – Transparência e informação clara – Necessidade de discriminação das cobranças em contas telefônicas dos serviços tipo ‘tele-amizade.’ (AI 599052214, Des. Mário José Gomes Pereira, j. 24.08.1999).”

Destarte, cabe ao fornecedor prover seus produtos e serviços das informações necessárias para o total esclarecimento do consumidor. Essa sua obrigação deve ser observada não só quando da efetivação do contrato, mas sim, mesmo antes do início da relação. Em razão disso, o CDC, ao tratar da oferta em seus artigos 30 a 35, faz expressa menção às informações necessárias ao objeto da relação de consumo.<sup>30</sup>

Neste mesmo sentido, a Lei nº 8.078/90 também regula a publicidade, a fim de que a transparência e o fornecimento de informações corretas sejam respeitados na fase pré-contratual. O CDC procedeu desse modo nos artigos 36 e 37. Sabe-se que a publicidade é um instrumento de grande poder para o convencimento das pessoas. Tal mecanismo é centrado na fase do convencimento e da decisão das pessoas ou grupos, utilizando argumentos capazes de modificar o seu pensamento e as suas atitudes, ao ponto de lhes diminuir a autocrítica e de lhes incrementar a sugestionabilidade. As práticas publicitárias, no afã de convencer, envolvem grande persuasão e, até mesmo, agressividade. Sendo assim, o dever de informar corretamente o consumidor está presente no art. 6º, III (além dos artigos 8º, 9º, 30 e 31), não importando a alegação do fornecedor, ao transmitir uma informação incorreta sobre o produto ou serviço, de que “não houve intenção prejudicial”, ou que se trata de “engano” ou mero “lapso”, ou “erro de imprensa”, pois a lei não leva em consideração os aspectos subjetivos. A infração a esses dispositivos pode caracterizar enganosidade ou abusividade da publicidade. O que o CDC visa assegurar, portanto, é a seriedade e a veracidade das informações veiculadas pelos fornecedores.

Diante disso, conclui-se que o CDC, através do microssistema que inaugurou, estabeleceu a obrigação do fornecedor conferir cabal informação sobre seus produtos e serviços oferecidos e colocados no mercado, bem como conferir ao consumidor conhecimento prévio das cláusulas contratuais estipuladas; pois somente assim o princípio da transparência será respeitado.

---

<sup>30</sup> “Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.”

“Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.”

## 5.5 Os princípios gerais do CDC e os princípios norteadores dos contratos no Direito Civil

O princípio fundamental, informador dos contratos, no âmbito do direito privado, era o chamado princípio da autonomia da vontade. Isso significa que os indivíduos auto-regulamentavam seus interesses; a noção de autonomia da vontade consubstanciava-se na vontade livre e autônoma para a realização de negócios contratuais.

O desenvolvimento desse princípio atingiu seu auge durante o liberalismo, ou seja, nos séculos XVIII e XIX, período em que a intervenção do Estado nas relações privadas era ínfima. Almejava-se viabilizar a livre circulação das riquezas na sociedade, e o instrumento apto a isso seria o contrato. Para sua maior eficácia, o contrato deveria primar pela plena liberdade contratual. As leis tinham o objetivo precípuo de resguardar a vontade autônoma das partes. O Código Civil de 1916 nasceu fortemente influenciado por tais idéias, consagrando a autonomia da vontade e o individualismo.

Além do princípio da autonomia da vontade, outras normas basilares fundamentaram a concepção tradicional de contrato, dentre eles o princípio da liberdade contratual. Com isso, conferia-se maior independência aos indivíduos, permitindo a livre concorrência e a obediência ao contrato, tão-somente. Caberia a cada indivíduo avaliar a conveniência e oportunidade de firmar o contrato, com quem firmá-lo e o que contratar.

Outro princípio que se destacou foi o da força obrigatória dos contratos. Consagrou-se, pois, a máxima do *pacta sunt servanda*, segundo a qual os contratos deveriam ser cumpridos pelas partes. Impossibilitava-se a modificação do conteúdo dos contratos. Tal princípio significa, ainda, que

(...) uma vez celebrado com observância de todos os pressupostos e requisitos de validade, o contrato deve ser cumprido pelas partes como se suas cláusulas fossem preceitos legais imperativos, independentemente do conteúdo das obrigações assumidas, já que o foram de livre e espontânea vontade. (NOVAIS, 2001, p. 59)

Há que se destacar, também, o princípio da relatividade dos efeitos contratuais, de acordo com o qual os efeitos do contrato só atingem as partes contratantes, não podendo criar direitos ou obrigações para terceiros, por ausência absoluta de manifestação de

vontade destes. Porém, caberia aos terceiros respeitar o contrato firmado. Outro princípio importante na concepção clássica dos contratos, foi o princípio do consensualismo.

Por fim, avulta-se o princípio da igualdade, segundo o qual todos os indivíduos são considerados iguais perante a lei. Entretanto, essa tão propalada igualdade foi apenas formal e, portanto, muitas vezes não foi respeitada na prática.

Ante as desigualdades geradas pela concepção tradicional do contrato e, verificando-se que não mais atendiam aos anseios da sociedade, tais preceitos passaram a ser revistos, a fim de se adequar à nova realidade. O Estado Liberal deu lugar ao Estado Social, no qual passou a haver maior preocupação, no âmbito dos contratos, com o interesse da coletividade, deixando de ser a relação negocial um mero instrumento de satisfação individual. Segundo Novais (2001, p. 68), “essa mudança, onde a noção de equidade, de boa-fé e de segurança, enfim, de justiça, passaram a ser o centro de gravidade da teoria dos contratos, levou à chamada socialização da teoria contratual.”

Neste sentido, salutar a observação de Marques (2002, p. 175):

A nova concepção de contrato é uma concepção *social* deste instrumento jurídico, para a qual não só o momento da manifestação da vontade (consenso) importa, mas onde também e principalmente os *efeitos* do contrato na sociedade serão levados em conta e onde a condição social e econômica das pessoas nele envolvidas ganha em importância.

A lei passou a ser fator limitante da vontade das partes. Além disso, a participação do Estado nas relações negociais passou a ser necessária. Em consequência, os princípios da teoria clássica dos contratos foram limitados. Trata-se, pois, de uma nova concepção de contrato no Estado Social, em que a vontade perde a condição de elemento nuclear, surgindo sem seu lugar elemento estranho às partes, mas fundamental para a sociedade como um todo, qual seja, o interesse social.

O advento do Código de Defesa do Consumidor reflete essa emergente ordem jurídica, introduzindo novos conceitos e princípios a fim de se atender aos interesses e expectativas da sociedade e não apenas dos indivíduos isoladamente.

Atentos a tais mudanças, os juristas e legisladores também alteraram substancialmente os preceitos da lei civil que regula os contratos no aspecto privado.

Destarte, surgiu o Código Civil de 2002, que veio corroborar a nova concepção de contrato.

Na ótica de Marques (2002), a Lei nº 10.406/2002 introduziu no sistema do direito privado os mesmos princípios consagrados pelo Código de Defesa do Consumidor, tais como a função social dos contratos, a boa-fé objetiva, e a regulação dos contratos de adesão, conforme se observa nos arts. 421 a 424.<sup>31</sup> A jurista defende a modificação da legislação civil, eis que não mais existe o liberalismo e o individualismo dos séculos XVIII e XIX, que caracterizaram o Código de 1916. Ainda, de acordo com Venosa (2004), “o novo estatuto civil busca um novo direito social e como tal, uma função social do contrato, em oposição aos princípios patrimonialista e individualista do Código Civil de 1916”.

Verifica-se, pois, que os princípios do CDC harmonizam-se integralmente com as normas do novo Código Civil. Não há que se falar em revogação do Estatuto Consumerista pelo CC/2002, já que a lei geral não tem o poder de revogar leis especiais. Além do mais, esta nova lei não faz menção aos “consumidores”, devendo este tema ser tratado em lei especial, ou seja, o Código de Defesa do Consumidor.

É imprescindível, também, assentar a seguinte interpretação de Marques (2002, p. 558) quanto à adoção de uma ou outra lei no caso concreto:

(...) as normas do CDC aplicam-se de forma prevalente e somente às relações de consumo, entre profissionais e leigos. As normas do CCBBr./2002 dão base ao CDC, mas se aplicam somente subsidiariamente (ou se mais benéficas) aos contratos de consumo. As normas do CCBBr./2002 aplicam-se, porém, prioritariamente se contratos intercivis (contratos entre dois consumidores) e interempresariais (contratos entre duas pessoas jurídicas ou entre dois empresários).

Como visto, portanto, os princípios do Estatuto Consumerista se coadunam com os preceitos insertos no novo Código Civil, não se devendo cogitar da revogação da Lei 8.078/90.

---

<sup>31</sup> “Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.  
Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.  
Art. 423. Quando houver no contrato de adesão cláusulas ambíguas ou contraditórias, dever-se-á adotar a interpretação mais favorável ao aderente.  
Art. 424. Nos contratos de adesão, são nulas as cláusulas que estipulem a renúncia antecipada do aderente a direito resultante da natureza do negócio.”

## **6 CLÁUSULAS ABUSIVAS E OS CONTRATOS DE CONSUMO**

### **6.1 Proteção contratual – generalidades**

O Código de Defesa do Consumidor visa tutelar amplamente o destinatário final de produtos e serviços. Para tanto, dedica, por exemplo, duas seções integralmente à responsabilidade civil do fornecedor pelo fato do produto e pelo vício do produto, respectivamente. Destina, também, um capítulo para regular as práticas comerciais, sendo que aí disciplina a publicidade e, ainda, coíbe as práticas abusivas. Estabelece, igualmente, sanções administrativas e penais àqueles que desrespeitam seus preceitos. Por fim, define a defesa coletiva dos interesses dos consumidores.

Diante disso, qual seja, sua amplitude, o CDC não poderia deixar de regulamentar os contratos que envolvem os consumidores de produtos e serviços. E assim o faz em seu Capítulo VI, denominado “Da proteção contratual”. Nessa parte, a Lei nº 8.078/90 subdivide-se em três seções: disposições gerais, cláusulas abusivas e contratos de adesão.

A necessidade de tal regulamentação surgiu ante a constatação de que a idéia de liberdade, igualdade contratual e autonomia da vontade nas contratações estava falida. Segundo Novais (2001) e Marques (2002), o princípio da autonomia da vontade atingiu seu apogeu durante o liberalismo, no século XIX, sendo que suas origens remontam ao direito canônico (que concebeu a idéia de sacralidade dos contratos), à teoria do direito natural (segundo a qual o homem é ente de razão e, portanto, é através de seu agir e de sua vontade que a expressão jurídica se realiza), às teorias políticas e à Revolução Francesa (que legou a teoria do contrato social, segundo a qual o Estado tem seu fundamento no consentimento dos cidadãos; além de ser o período em que surgiu o Código Civil francês, em 1804, consagrando em seu sistema contratual a autonomia da vontade) e, também, às teorias econômicas e ao liberalismo (tais teorias apregoavam que era imprescindível a livre movimentação de riquezas e, para isso, o contrato seria o instrumento adequado, sendo este, por si só, justo e eqüitativo, decorrente da liberdade contratual entre as partes, devendo o Estado abster-se de qualquer intervenção no âmbito contratual entre os particulares).

Já o contrato tem sua origem no direito romano, que o estabeleceu como um acordo de vontades. Entre os juristas brasileiros é possível extrair-se alguns conceitos de contrato; assim, para Caio Mário da Silva Pereira “o contrato é o acordo de vontades, na conformidade da lei e com a finalidade de adquirir, resguardar, transferir, conservar, modificar ou extinguir direitos.” (Pereira *apud* Novais, 2001, p. 37)

Por sua vez, Maria Helena Diniz define o contrato como “o acordo de duas ou mais vontades, na conformidade da ordem jurídica, destinado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, com o escopo de adquirir, modificar ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial.” (Diniz *apud* Novais, 2001, p. 37)

Devemos consignar, também, o pertinente conceito de Nascimento (1991, p. 57):

Contrato é espécie de convenção mantida entre duas ou mais pessoas, desde que em pólos de interesses contrapostos e, por isso, relação jurídica, e que tem por fim a constituição, alteração, conservação ou extinção de direitos e obrigações pessoais, com adequação, ou não, a uma das modalidades contratuais previstas e estruturadas em lei.

Como visto acima, inicialmente, a vontade livre dos contratantes era tida como nota característica dos contratos em geral. Nesse aspecto, Nascimento (1991) salienta que a autonomia da vontade possui dupla liberdade, qual seja, a liberdade de contratar (que se consubstancia na possibilidade das pessoas escolherem o que contratar e com quem contratar) e a liberdade contratual (direito das partes estipularem livremente as condições do pacto). Dizia-se que tanto a liberdade de contratar quanto a liberdade contratual eram absolutas e irrestritas. Porém, isso não ocorria de fato. Isso porque as pessoas, muitas vezes, tinham que se sujeitar a determinados contratos para obter, por exemplo, mantimentos, roupas, prestações de serviços; assim, não existia ampla liberdade de contratar. Ficou evidente, portanto, a formação deficiente da vontade do consumidor face à pressão de suas necessidades. Além disso, constatou-se que, na grande maioria das vezes, a parte econômica e tecnicamente mais forte impunha as condições do ajuste; logo não se poderia afirmar que existia absoluta liberdade contratual.

A sociedade passou a verificar, especialmente no início do século XX, que a concepção tradicional de contrato, fundada na autonomia da vontade e na liberdade contratual, não mais atendia às necessidades da população. Os contratos em que as partes discutiam cláusula a cláusula e livremente suas condições tornaram-se escassos, e

passaram a ser firmados, em regra, apenas entre dois particulares. Há várias décadas, porém, com o surgimento dos grandes conglomerados industriais e comerciais, e a sociedade de consumo, surgiram novas formas de contratação, a fim de se viabilizar a produção e distribuição dos produtos e serviços. Surgiram, pois, os contratos de massa, criados para tornar viável o fornecimento de bens a muitos consumidores. Destarte, hodiernamente prevalecem os contratos estandardizados ou padronizados nas relações de consumo entre as empresas e os consumidores.

Exemplo dessa nova modalidade contratual são os contratos de adesão. Embora a análise dessa espécie de ajuste não seja o objeto principal deste estudo, faz-se necessário assentar uma breve noção a respeito dele. O CDC disciplina esse tipo de contrato em seu artigo 54, parágrafos 1º ao 5º. É possível identificá-lo como o contrato em que as cláusulas são preestabelecidas unilateralmente pelo fornecedor, sem que o consumidor, ou seja, a parte mais vulnerável dessa relação negocial, possa discutir ou modificar substancialmente o conteúdo do contrato escrito. Tal pacto é apresentado ao consumidor num formato já previamente estabelecido, bastando que se preencha os dados pessoais do adquirente. Assim, inexistente nessa espécie de contrato, uma fase anterior de tratativas entre o consumidor e o fornecedor. Desse modo, o destinatário final de produtos e serviços torna-se um mero aderente à vontade da empresa que lhe oferta o pacto. Resta ao consumidor tão-somente aceitar o contrato nos termos em que foi disposto pelo fornecedor, ou rejeitá-lo integralmente; não há como modificar as cláusulas preestabelecidas. Os contratos de adesão são muito utilizados na atualidade, especialmente nas contratações de planos de saúde, seguros, serviços bancários, locação de imóveis e, também, muito empregados pelas concessionárias de serviços públicos, tais como os serviços de telefonia, energia elétrica etc. Tais contratos são o exemplo de que a liberdade e igualdade do consumidor foi totalmente tolhida nos ajustes que firma com as empresas.

Com isso, e com o surgimento cada vez mais constante das cláusulas abusivas nos contratos, denotou-se o desequilíbrio nas relações contratuais, os abusos e as diversas lesões patrimoniais a que estava sujeito o destinatário final de produtos e serviços. Em face do princípio da força obrigatória dos contratos (*pacta sunt servanda*), o consumidor estava adstrito aos termos do ajuste e não poderia contestá-lo ou deixar de cumpri-lo ainda que constatasse os prejuízos que sofria. Não havia legislação hábil a corrigir as distorções desse tipo de contrato. Em vista do exposto e a fim de se salientar a importância do tema, faz-se necessário citar a observação de Bittar (1990, p.59):

Dos diferentes problemas enfrentados pelos consumidores – desde a venda de produtos com peso inferior, com prazo de validade vencido, ou deteriorados, à colocação de fórmulas mágicas ou alimentos de propriedades fantasiosas – é no âmbito contratual que assumem maior vulto as conseqüências patrimoniais desfavoráveis, exatamente em razão do valor dos bens negociados (imóveis, ou móveis duráveis, como aparelhos eletrodomésticos e eletrônicos).

Conseqüentemente, tornou-se imprescindível a intervenção estatal no âmbito dos contratos entre particulares, a fim de se estabelecer a real paridade entre as partes. Tal fenômeno é denominado dirigismo contratual, e se caracteriza pela imposição pelo Estado de limites à liberdade contratual, a fim de favorecer o consumidor hipossuficiente. Justamente em razão do dirigismo contratual foi criada a Lei nº 8.078/90. Por conseguinte, hoje, o brocardo *pacta sunt servanda* deve ser compreendido como “o princípio pelo qual o contrato obriga as partes, desde que seja respeitado os limites fixados pela lei” (CARDOSO, 2004).

Um dos mecanismos consagrados pelo CDC para promover a pretensa igualdade nas contratações foi a nulidade das cláusulas abusivas. Para tanto, foi criada uma norma específica que interfere diretamente no conteúdo do pacto, qual seja, o art. 51 da lei consumerista que inquina de nulidade toda cláusula contratual que não esteja conforme o sistema de proteção ao consumidor. Já o artigo 52 institui deveres de informação especiais para o fornecedor e garante direitos específicos para o consumidor naqueles contratos de consumo que envolvam a outorga de crédito ou financiamento a este. Além disso, o art. 53 do Estatuto Consumerista Brasileiro disciplina contratos de consumo específicos, isto é, os contratos de compra e venda de móveis ou imóveis quitados através de prestações ou por meio de alienação fiduciária em garantia. Nestes tipos de ajustes, o CDC nulifica as cláusulas que determinem a perda integral das parcelas pagas em benefício do credor, em razão do inadimplemento. Vale dizer que a criação das cláusulas abusivas foi totalmente inspirada no conteúdo dos princípios gerais da lei consumerista, donde se verifica que, ao contrário do que apregoam alguns juristas, os princípios dispostos no limiar do CDC possuem eficácia e cogência, haja vista que se refletem por todo o corpo da lei e tratam-se de objetivos a serem alcançados. Ademais, o § 1º do art. 51 do Estatuto Consumerista, indica em seu inciso I, que as cláusulas contratuais que ofendem os princípios fundamentais contém vantagem exagerada, devendo ser extintas do instrumento contratual.

A proibição das cláusulas abusivas nos contratos é um dos direitos básicos do consumidor<sup>32</sup> e na lição de Cláudio Bonatto (2001, p. 42):

A repressão às cláusulas abusivas funda-se no repúdio à situação de desequilíbrio, via de regra existente entre os sujeitos da relação jurídica de consumo, eis que o consumidor (não-profissional) não tem conhecimento técnico-jurídico sobre as regras de contratação, enquanto o agente econômico (o fornecedor), como profissional, tem aquele conhecimento, ou socorre-se de terceiro que o tenha.

## 6.2 Conceito de cláusulas abusivas

O CDC elenca e coíbe as cláusulas abusivas nos contratos de consumo em seu artigo 51. Assim o fez tomando por base a jurisprudência nacional e casos extraídos dos atendimentos nos órgãos de proteção ao consumidor, nos quais se identificou as condições comumente impostas nos contratos e tendentes a lesar o consumidor.

Verifica-se, de plano, que o Código de Defesa do Consumidor optou por não trazer a definição de cláusula abusiva. Porém, pode-se aferir seu significado através das disposições constantes nos incisos do supramencionado artigo.

Segundo Bonatto (2001), para que uma determinada cláusula seja extirpada de um contrato, faz-se necessário analisar se ela é capaz de produzir um resultado prejudicial ao consumidor, a partir de um critério de boa-fé objetiva. Sendo assim, não se deve levar tanto em consideração a intenção maliciosa do fornecedor de produtos ou serviços; deve-se considerar, isso sim, se a partir da intenção do fornecedor ele faz inserir no contrato uma condição da qual resulte prejuízo, real ou potencial, ao consumidor.

A abusividade das cláusulas inseridas nos contratos pode ser identificada em razão da manifesta desvantagem que acarretam ao destinatário final de produtos ou serviços; tratam-se de condições iníquas impostas nos contratos, gerando desequilíbrio entre os contraentes, além de violar os princípios protetivos do consumidor.

Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001) ao discorrer sobre o conceito de tais cláusulas, diz que podem ser denominadas, igualmente, de cláusulas opressivas, cláusulas vexatórias,

---

<sup>32</sup> “Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.”

cláusulas onerosas ou cláusulas excessivas. De acordo com o autor, cláusulas abusivas são aquelas notoriamente desfavoráveis à parte mais fraca na relação contratual de consumo, isto é, o consumidor, reconhecidamente a parte vulnerável em tal relação. Daí advém o desequilíbrio no contrato, com a evidente supremacia do fornecedor.

É possível extrair da lição de Marques (2002, p. 148) que:

A abusividade da cláusula contratual é, portanto, o desequilíbrio ou descompasso de direitos e obrigações entre as partes, desequilíbrio de direitos e obrigações típicos àquele contrato específico; é a unilateralidade excessiva, é a previsão que impede a realização total do objetivo contratual, que frustra os interesses básicos das partes presentes naquele tipo de relação, é, igualmente, a autorização de atuação futura contrária à boa-fé, arbitrária ou lesionária aos interesses do outro contratante, é a autorização de abuso no exercício da posição contratual preponderante (*Machtposition*).

A abusividade é, assim, abstrata, potencial ou atual, porque ataca direitos essenciais àquele tipo de contrato, porque impõe excessivas ou surpreendentes obrigações, porque leva à lesão do co-contratante.

Inferre-se que uma dada cláusula é abusiva ao se observar que exsurge o abuso de direito no contrato, ou seja, quando se dá a má utilização do próprio direito, quando a parte extrapola o direito, quando deturpa a finalidade do direito que lhe foi concedido. Deve-se consignar que as cláusulas abusivas não equivalem a cláusulas ilícitas. Isso porque ato ilícito é aquele que viola o direito, causando prejuízo a terceiro e, conseqüentemente, gerando a obrigação de reparar o dano. Já na hipótese de cláusulas abusivas, o que ocorre é o modo excessivo, extremamente oneroso, com que se exerce um direito, acarretando a infração do ordenamento jurídico. Deve-se ressaltar, também, que a excessiva onerosidade das condições deve ser analisada a partir da interpretação de todo o contrato e não apenas a partir da interpretação de uma cláusula isolada.

Verifica-se que as cláusulas abusivas ou leoninas são costumeiramente inseridas nos contratos de adesão, isto é, aqueles em que um dos contraentes estipula previamente as cláusulas e as impõem ao aderente, sem que este tenha a oportunidade de discuti-las.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Exemplos desse tipo de prática podem ser hauridos do cotidiano, infelizmente, como contratos de prestação de serviços odontológicos em que a empresa faz inserir cláusula obrigando o consumidor a utilizar seus serviços de forma vitalícia. Ou, então, os contratos de financeiras que, como condição para aprovar o empréstimo de dinheiro ao consumidor, obrigam este a assinar inúmeras notas promissórias em branco a fim de garantir a dívida, pois em caso de inadimplemento, tomam a liberdade de preencher referidas notas com os valores devidos a fim de cobrar o consumidor. É evidente a abusividade de tais cláusulas, inseridas em contratos de adesão, e que ferem claramente os princípios do CDC, mormente os princípios da boa-fé objetiva e da equidade contratual.

Entretanto, a existência de cláusulas excessivas não é exclusividade dessa espécie de contrato. Em razão disso, a repressão às cláusulas abusivas dá-se em todo tipo de contrato de consumo. Da obra de Grinover et al. (2001, p. 465) é possível extrair-se a conclusão de que “havendo cláusula considerada abusiva pelo CDC, é irrelevante tratar-se de contrato de adesão ou ‘contrato de comum acordo’ (*contrat de gré à gré*): é suficiente que seja *relação jurídica de consumo* para que o negócio jurídico receba proteção contra as cláusulas abusivas.” Referidas cláusulas podem estar presentes, portanto, em qualquer tipo de contrato, seja ele verbal ou escrito, já que o desequilíbrio, com a supremacia do fornecedor em detrimento do consumidor, pode ocorrer em qualquer tipo de técnica contratual. O Estatuto Consumerista Brasileiro não visa proteger tão-somente o aderente nos contratos de adesão. O que reforça tal entendimento é a própria estrutura do Código, haja vista que a seção tendente a impedir as cláusulas abusivas é distinta da seção que disciplina os contratos de adesão.

### 6.2.1 A nulidade das cláusulas abusivas

Os artigos 51 e 53 da Lei nº 8.078/90 são expressos ao inquirir de nulidade as cláusulas contratuais que não se coadunam com os princípios e com o sistema de proteção ao consumidor, reputando-as nulas.<sup>34</sup>

O CDC estabelece a nulidade absoluta das cláusulas contratuais que enumera. Sendo assim, é permitido ao juiz declarar de ofício determinadas cláusulas como nulas, até porque o Estatuto Consumerista é lei de ordem pública. Dessas assertivas decorrem outras conseqüências, assim, as cláusulas tipificadas como onerosas jamais terão eficácia; não se convalidam pelo transcurso do tempo, tampouco se o consumidor deixar de impugná-las; não são atingidas pela preclusão, podendo ser argüidas a qualquer tempo e grau de jurisdição.

Ante a constatação de que as condições abusivas elencadas pelo CDC são impregnadas de absoluta nulidade, verifica-se que o sistema adotado pela legislação

---

<sup>34</sup> “Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que: (...)”

“Art. 53. Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado.”

consumerista é diferente do sistema de nulidades empregado pelo Código Civil. Este distingue a nulidade absoluta e a nulidade relativa (anulabilidade). Já pelo sistema da Lei nº 8.078/90, não há cláusula abusiva que se possa validar; embora posta no contrato, tais cláusulas devem ser absolutamente desconsideradas.

A nulidade deve ser reconhecida judicialmente, através de ação direta proposta pelo consumidor em face do fornecedor (ou por meio de reconvenção), ou poderá ser argüida em defesa (contestação ou embargos à execução). É de se notar, também, que a natureza da decisão judicial que reconhece a nulidade de uma cláusula abusiva inserida num contrato de consumo é constitutiva negativa. O efeito dessa decisão judicial é *ex tunc*, ou seja, o reconhecimento da nulidade retroage à data em que o contrato foi firmado, destituindo-se o pacto de qualquer repercussão jurídica. Não há prazo definido para se pleitear em juízo o reconhecimento da nulidade das cláusulas leoninas, destarte, a ação que possua esse fito é imprescritível.

Ademais, é de se destacar que ainda que se vislumbre a nulidade de uma dada cláusula num contrato de consumo, não significa que o contrato tornar-se-á ineficaz em sua integralidade. Isso em virtude dos artigos 6º, inciso V e 51, § 2º do Estatuto Consumerista.<sup>35</sup> Trata-se do princípio da conservação do contrato de consumo. Assim, modificam-se as cláusulas onerosas, mas objetiva-se manter o contrato em vigor. Pela interpretação dos dispositivos, ao reconhecer uma cláusula como abusiva, o magistrado deve proceder à integração das demais cláusulas contratuais, a fim de preservar o contrato. A nulidade da cláusula somente sacrificará a relação se, declarada nula, não for possível manter-se o contrato, dada a extrema onerosidade que pode resultar a qualquer uma das partes. Além disso, podem ser revisadas as condições contratuais desde que surjam fatos que tornem o cumprimento de tal pacto excessivamente oneroso para o consumidor.

---

<sup>35</sup> “Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas.”

“Art. 51 (...)

§ 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.”

### 6.2.2 O rol exemplificativo do artigo 51 do CDC

O rol de cláusulas abusivas trazido pelo referido artigo é meramente exemplificativo, já que o *caput* menciona a expressão “entre outras”, significando que existem outros tipos de cláusulas ali não inseridas mas que igualmente não possuem validade. O artigo 51 não exaure o rol das cláusulas contratuais abusivas.

Neste sentido, é pertinente citar a doutrina:

Esse rol não é exaustivo, podendo o juiz, diante das circunstâncias do caso concreto, entender ser abusiva e, portanto, nula, determinada cláusula contratual. Está para tanto autorizado pelo *caput* do art. 51 do CDC, que diz serem nulas, “entre outras”, as cláusulas que menciona. Ademais, o inc. XV do referido artigo contém norma de encerramento, que dá possibilidade ao juiz de considerar abusiva a cláusula que “esteja em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor”. em resumo, os casos de cláusulas abusivas são enunciados pelo art. 51 do CDC em *numerus apertus* e não em *numerus clausus*.” (GRINOVER et al., 2001, p. 463)

Além disso, toda cláusula que não se harmonizar com os princípios gerais da Lei nº 8.078/90, ainda que não esteja inserta num dos incisos do mencionado artigo, deve ser maculada pelo seu caráter de nulidade. Isso porque, como já ressaltado neste estudo, a infração a qualquer dos princípios de um sistema jurídico é a mais graves das infrações, porque resulta na violação de todo o sistema. Ora, o CDC inaugurou o microsistema de tutela do consumidor, figura imprescindível ao capitalismo e ao mundo econômico. Logo, estabeleceu normas tendentes a informar toda a estrutura legal que diz respeito à proteção do destinatário final de produtos e serviços. Dentre tais normas destacam-se os princípios, constantes nos artigos 1º ao 7º da Lei Consumerista. Destarte, toda prática comercial ou cláusula contratual que não os respeite deve ser extirpada do mundo negocial, por ser ofensiva aos direitos do consumidor.

Além do *caput* do art. 51, conclui-se que o rol de cláusulas abusivas é exemplificativo pela análise dos incisos IV e XV, verdadeiras cláusulas gerais, que conferem maior liberdade ao julgador para, ao apreciar o caso concreto, avaliar se a condição inserida no contrato de consumo é ou não excessivamente onerosa.

Deve-se salientar, também, que a Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, por força do art. 56<sup>36</sup> do Decreto Federal nº 2.181, de 20 de março de 1997, constantemente baixa portarias enumerando outras cláusulas tidas como abusivas, isso para que os fornecedores, cientes da enumeração do art. 51, não criem outras disposições contratuais desfavoráveis aos consumidores, com o intuito de se furtarem à sanção do Código de Defesa do Consumidor.

### **6.3 As cláusulas abusivas previstas na lei consumerista**

Como já explicitado, o CDC enumera aquelas cláusulas incluídas nos contratos e que se reputam abusivas, tendo como consequência sua nulidade. Não é apenas a relação do artigo 51 que está inquinada de nulidade, haja vista que se trata de rol exemplificativo. Ainda assim, mister se faz a análise de cada um dos incisos do supramencionado artigo, para se aferir o alcance e o controle da Lei nº 8.078/90 sobre as cláusulas abusivas.

#### **6.3.1 Cláusula limitativa de responsabilidade do fornecedor**

Tal cláusula, que também é denominada de não indenizar, inaugura o rol do artigo 51 da lei, e está assim redigida:

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

I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou

---

<sup>36</sup> “Art. 56. Na forma do art. 51 da Lei nº 8.078, de 1990, e com o objetivo de orientar o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, a Secretaria de Direito Econômico divulgará, anualmente, elenco complementar de cláusulas contratuais consideradas abusivas, notadamente para o fim de aplicação do disposto no inciso IV do art. 22 deste Decreto.

§ 1º Na elaboração do elenco referido no *caput* e posteriores inclusões, a consideração sobre a abusividade de cláusulas contratuais se dará de forma genérica e abstrata.

§ 2º O elenco de cláusulas consideradas abusivas tem natureza meramente exemplificativa, não impedindo que outras, também, possam vir a ser assim consideradas pelos órgãos da Administração Pública incumbidos da defesa dos interesses e direitos protegidos pelo Código de Defesa do Consumidor e legislação correlata.

§ 3º A apreciação sobre a abusividade de cláusulas contratuais, para fins de sua inclusão no elenco a que se refere o *caput* deste artigo, se dará de ofício ou por provocação dos legitimados referidos no art. 82 da Lei nº 8.078, de 1990.”

disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor-pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis.

Com essa disposição, visa-se obstar quaisquer subterfúgios do fornecedor para se eximir de responsabilidades em relação ao consumidor. Destarte, se inserir cláusulas nesse sentido, serão consideradas absolutamente nulas.

A primeira parte do inciso proíbe o fornecedor de estipular cláusula contratual que o isente de ressarcir o consumidor dos vícios e defeitos dos produtos. Sendo assim, reitera-se a disposição do artigo 25 do Estatuto Consumerista.<sup>37</sup> O fornecedor não se pode furtar às conseqüências advindas de sua atividade econômica. Logo, os danos oriundos do acidente de consumo ou dos vícios no objeto do contrato de consumo são sempre indenizáveis, nos termos dos artigos 8º ao 25 do CDC.

O dispositivo retromencionado também coíbe a estipulação contratual que resulte na renúncia ou disposição de direitos do destinatário final de produtos ou serviços.<sup>38</sup> Isso se justifica também pelo disposto no art. 1º, ao estabelecer que o Código institui normas de ordem pública e, portanto, inderrogáveis pelas partes. Não é permitido ao consumidor renunciar aos seus direitos, tampouco o fornecedor induzi-lo a tal renúncia. Caso isso fosse consentido, implicaria no desequilíbrio da relação contratual, o que, evidentemente, violaria o sistema de proteção criado pelo CDC e um dos princípios basilares da tutela ao consumidor.

Todavia, permite-se a limitação da indenização ao consumidor quando este for pessoa jurídica, conforme previsto na parte final do referido inciso. Porém, isso só é autorizado em situações justificáveis. Tais situações devem ser analisadas no caso concreto pelo magistrado. Essa restrição foi inserida no CDC por se entender que o consumidor-pessoa jurídica tem melhores condições de defender seus interesses. No entendimento de Bonatto (2001), portanto, a presunção de vulnerabilidade do consumidor, princípio insculpido no art. 4º, I, do Código, é relativa em relação ao consumidor-pessoa jurídica e absoluta no tocante ao consumidor-profissional liberal e pessoa física. Deve-se salientar,

---

<sup>37</sup> “Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenue a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.”

<sup>38</sup> São exemplos disso, segundo Nunes (2000, p. 574), “as cláusulas que desoneram o fornecedor de responder por sua inadimplência contratual, como o atraso na entrega do produto, a renúncia do consumidor por valor adiantado, a obrigação de o consumidor adimplir sem que o fornecedor o tenha feito etc.”

por derradeiro, que não se permite a exoneração do fornecedor nessas hipóteses, mas tão-somente a limitação do *quantum* da indenização.

### **6.3.2 Cláusula que impede o consumidor de optar pelo reembolso da quantia paga**

O Estatuto Consumerista, em seu art. 51, II, também prevê a nulidade de cláusulas contratuais que “subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste Código.” Verifica-se que tal dispositivo guarda relação com o já analisado inciso I, visto que este invalida as condições contratuais que resultem na renúncia de direitos dos consumidores.

A Lei nº 8.078/90 estabelece várias hipóteses em que o consumidor terá direito à restituição de valores já pagos ao fornecedor. Neste sentido, podem ser citados a título de exemplo os artigos 18, § 1º, inciso II e 20, inciso II, que possibilitam ao consumidor a restituição da quantia paga, nos casos de vícios em produtos ou serviços, respectivamente.

O art. 19, que diz respeito aos vícios de quantidade, também faculta ao consumidor a devolução dos valores pagos se se constatar que o produto não contém o especificado em sua embalagem (inciso IV).

Igualmente, o art. 35, inciso III, prevê que se o fornecedor recusar cumprimento à oferta, o consumidor poderá optar por rescindir o contrato e ter restituídas as quantias já pagas. Na mesma senda, o parágrafo único do art. 49 do CDC, ao disciplinar o arrependimento nas contratações fora do estabelecimento comercial, estabelece que o consumidor tem a prerrogativa de devolução do valor pago antecipadamente.

O direito ao reembolso da quantia paga também está previsto no art. 53 do Estatuto Consumerista, ao vedar que o fornecedor inclua no contrato de compra e venda de imóveis ou nas alienações fiduciárias, cláusula que imponha ao consumidor, em caso de inadimplemento, a perda total das prestações pagas. O disposto no inciso II, ora analisado, deve ser obedecido não só nos casos do Código de Defesa do Consumidor, mas sim em toda a legislação consumerista.

### 6.3.3 Transferência de responsabilidades a terceiros

O CDC expressamente veda a disposição contratual que transfira a responsabilidade do fornecedor a terceiros.<sup>39</sup> Isso porque há a quebra do equilíbrio contratual e pode acarretar a dificuldade do consumidor em obter a reparação de seus danos. Além disso, a relação de consumo é estabelecida entre o consumidor e o fornecedor; portanto, cabe tão-somente a eles arcarem com as conseqüências de tal relação, dentre elas, o dever de indenizar.

É de se notar, porém, que o fornecedor pode ter firmado contrato de seguro com terceiro, a fim de garantir eventual prejuízo que a relação de consumo possa gerar ao consumidor. Nesse caso, será cabível o chamamento ao processo da seguradora. Assim, ambos, fornecedor e seguradora, responderão solidariamente.

### 6.3.4 Cláusulas que estabeleçam obrigações iníquas, ou vantagem exagerada ou incompatíveis com a boa-fé e equidade

O CDC veda as cláusulas nesse sentido, conforme disposto no art. 51, inciso IV. É também chamada de cláusula geral de boa-fé, já que deve ser observada ainda que não conste expressamente no instrumento contratual. O referido inciso possui termos amplos que abrem margem ao magistrado para estabelecer no caso concreto seus significados. De acordo com Valéria Silva Galdino (2001, p. 68):

(...) no art. 51, IV, do CDC, a cláusula geral da boa-fé é utilizada como instrumento para o controle das cláusulas abusivas, ou seja, atua como critério definidor do exercício normal ou abusivo do direito. Essa cláusula geral é a ferramenta de que o julgador dispõe para conservar e recuperar o equilíbrio entre as obrigações das partes nas relações consumeristas.

Como o legislador não podia prever todos os casos concretos quando da edição da lei, utilizou-se da cláusula geral da boa-fé, permitindo, assim, a adaptação equitativa do direito à realidade.

---

<sup>39</sup> Bonatto (2001, p. 57) destaca que a situação prevista no art. 51, III “é bastante comum nos contratos relacionados a ‘pacotes turísticos’, nos quais a operadora dos serviços contratada, via de regra, procura transferir responsabilidades a terceiros, com os quais o consumidor não manteve qualquer relação, como por exemplo: a transferência de responsabilidade ao transportador aéreo, por qualquer atraso de voo; ao hotel, por qualquer deficiência do serviço de hotelaria; e ao transportador terrestre, ou ao guia turístico, pelo não-cumprimento do programa turístico propriamente dito.”

Deve-se salientar que o inciso IV, ora analisado, deve ser interpretado juntamente com o § 1º do mesmo artigo 51. Isso porque é o aludido parágrafo que presume, de forma exemplificativa, quais são as vantagens exageradas,<sup>40</sup> devendo ser repelidas do contrato de consumo.

No tocante à exigibilidade de boa-fé e equidade, constante no inciso supramencionado, cabe ao juiz aferir se os contratantes agiram com tal ânimo, caso contrário, caberá a ele declarar a nulidade da cláusula contratual que viole tais preceitos.<sup>41</sup> Destarte, o inciso sob análise reforça o princípio assentado no art. 4º, III, do CDC. Busca-se assegurar a paridade entre as partes da relação contratual de consumo.

É de se notar, por derradeiro, que o inciso V<sup>42</sup> tratava da coibição das cláusulas-surpresa, mas foi vetado, sob o argumento de que o controle desse tipo de disposição contratual poderia ser feito através da interpretação do inciso IV em comento. Segundo Grinover et al. (2001, p. 516), “as cláusulas contratuais devem obediência à boa-fé e equidade e não devem surpreender o consumidor após a conclusão do negócio, pois este contratou sob certas circunstâncias e devido à aparência global do contrato.” Ademais, para que o consumidor não seja surpreendido com as estipulações contratuais, mister se faz que o art. 46<sup>43</sup> seja respeitado, isto é, o consumidor deve ser integralmente informado do conteúdo do contrato.

---

<sup>40</sup> “Art. 51. (...)”

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

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

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

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

<sup>41</sup> Nesse sentido, manifesta-se Grinover et al. (2001, p. 513-514) que “é nula, por ofender a boa-fé, a cláusula, geralmente inserida nos contratos de planos de saúde, de não-cobertura de algumas moléstias, como AIDS e câncer. Quem quer contratar plano de saúde quer cobertura total, como é óbvio. Ninguém paga plano de saúde para, na hora em que adoecer, não poder ser atendido. De outro lado, se o fornecedor desse serviço exclui de antemão determinadas moléstias, cujo tratamento sabe dispendioso, estará agindo com má-fé, pois quer receber e não prestar o serviço pretendido pelo consumidor.”

<sup>42</sup> Esse dispositivo prescrevia a nulidade das cláusulas que “segundo as circunstâncias, e em particular, segundo a aparência global do contrato, venham, após sua conclusão, a surpreender o consumidor.”

<sup>43</sup> “Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.”

### **6.3.5 Proibição da inversão prejudicial ao consumidor do ônus da prova**

Ante a fragilidade do destinatário final de produtos e serviços no mercado de consumo, o CDC atribuiu-lhe a prerrogativa da inversão do ônus da prova quando sua alegação for verossímil ou quando ele for pessoa hipossuficiente (art. 6º, VIII), a fim de facilitar sua defesa. Assim, a Lei nº 8.078/90 contraria o sistema de produção de provas consagrado pelo Código de Processo Civil, em seu art. 333, que estabeleceu a distribuição do ônus subjetivo da prova, incumbindo ao autor provar o fato constitutivo do seu direito; ao réu, por sua vez, provar a existência do fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor.

É de se notar que o CDC não impede que as partes convençionem a respeito do ônus da prova, no entanto, proíbe que tal ônus recaia sobre o consumidor se isso lhe trouxer prejuízos, conforme dispõe o inciso VI do art. 51.

A lei consumerista prevê hipóteses em que a produção de provas cabe unicamente ao fornecedor. Exemplo disso são os artigos 12, § 3º; 14, § 3º e 38. Portanto, ele não pode carrear esse ônus ao consumidor.

### **6.3.6 Utilização compulsória de arbitragem**

A cláusula contratual que imponha isso ao consumidor será tida como nula (art. 51, VII, CDC). O recurso à arbitragem é uma faculdade das partes, um contratante não pode obrigar o outro a isso. Tal vedação decorre do entendimento que a escolha da arbitragem deve ser convençionada em pé de igualdade entre as partes.

O Código não impede a instituição do juízo arbitral para a solução dos conflitos de consumo; apenas proíbe a determinação compulsória da jurisdição arbitral. Porém, alguns autores, tal como Bonatto (2001), são contrários à aplicação da arbitragem no deslinde de conflitos na relação de consumo, sob os argumentos de que o referido instituto não atende ao microsistema de tutela ao consumidor, por ser incompatível com o princípio da vulnerabilidade e com o art. 47 do CDC, que determina que os contratos de consumo deverão ser interpretados da maneira mais favorável ao destinatário final de produtos ou serviços. Alegam, ainda, que a defesa do consumidor, princípio insculpido no art. 5º,

XXXII, da CF, deve ser promovida pelo Estado, sendo inadmissível deixar-se tão-somente ao arbítrio das partes a solução desse tipo de conflito. Outros (NUNES, 2000), admitem a arbitragem nos contratos se o consumidor for pessoa jurídica, pois, nesse caso, haverá real equilíbrio entre as partes.

É certo, porém, como explicitado acima, que o Estatuto Consumerista não veda a estipulação de juízo arbitral, desde que convencionado pelos contratantes. O que não pode ocorrer é a escolha unilateral dessa forma de composição de litígios.

O instituto da arbitragem está regulamentado em nosso Direito através da Lei nº 9.307/96, que em seu art. 4º, § 2º,<sup>44</sup> disciplina a arbitragem nos contratos de adesão, largamente utilizados nas relações de consumo. Depreende-se, portanto, que o juízo arbitral não é totalmente incompatível com o sistema do CDC. Para tanto, necessário destacar da doutrina que:

A arbitragem poderá ser inserida no contrato normativo, até mesmo no de consumo, desde que: a) haja o consentimento dos contratantes; b) as partes escolham a pessoa do árbitro; e c) não ocorra prejuízo para um deles.

(...)

Pode-se afirmar, à guisa de conclusão, que a Lei de Arbitragem não revogou o inciso VII do art. 51 do CDC. Todavia, a cláusula de arbitragem, quando inserida em contratos de consumo, deverá respeitar o equilíbrio contratual, sem que prevaleça a vontade de uma parte sobre a da outra. (GALDINO, 2001, p. 120-122)

### **6.3.7 Imposição de representante para conclusão ou realização de outro negócio jurídico pelo consumidor**

A nulidade da cláusula contratual com esse conteúdo está prevista no art. 51, VIII. O instituto do mandato está previsto no art. 653<sup>45</sup> e seguintes do Código Civil. Esse contrato consiste na representação de uma pessoa através de outra. O mandatário ou

---

<sup>44</sup> “Art. 4º A cláusula compromissória é a convenção através da qual as partes em um contrato comprometem-se a submeter à arbitragem os litígios que possam vir a surgir, relativamente a tal contrato.

(...)

§ 2º Nos contratos de adesão, a cláusula compromissória só terá eficácia se o aderente tomar a iniciativa de instituir a arbitragem ou concordar, expressamente, com a sua instituição, desde que por escrito em documento anexo ou em negrito, com a assinatura ou visto especialmente para essa cláusula.”

<sup>45</sup> “Art. 653. Opera-se o mandato quando alguém recebe de outrem poderes para, em seu nome, praticar atos ou administrar interesses. A procuração é o instrumento do mandato.”

representante recebe poderes de outrem, denominado mandante ou representado, para em nome deste realizar determinados atos.

O contrato de mandato é firmado pelas partes com fulcro na confiança. A corroborar tal assertiva, Sílvio de Salvo Venosa (2002, p. 262) observa que “o mandante escolhe seu mandatário com base nos requisitos pessoais deste. Há proeminente embasamento fiduciário no instituto. Trata-se de negócio jurídico de cooperação que supõe relação de confiança. Destarte, o mandato é contrato *intuitu personae*.” Em virtude dessa nota característica, qual seja, a confiança, o mandato é ato revogável pelas partes.

Não obstante isso, era comum, antes do advento do CDC, a inclusão de cláusula-mandato em contratos de consumo, especialmente em contratos bancários, de locação e de administração de cartões de crédito. Constava nesses tipos de pactos a referida cláusula, por meio da qual o consumidor outorgava poderes a um procurador (indicado pelo fornecedor de produtos ou serviços), em caráter irrevogável e irretratável, para que, em nome do consumidor, praticasse determinados atos, tais como emissão de notas promissórias, letra de câmbio ou outra cambial.

Assim, presume-se que o procurador nomeado nessas condições atenderia mais aos interesses do fornecedor do que os interesses do consumidor (mandante), contrariando o próprio instituto do mandato. A Lei nº 8.078/90 não proíbe a emissão de cambiais por mandatário com poderes especiais, mas sim, a imposição ao consumidor desse mandatário, que não possui sua confiança. Ainda que se analisasse tal cláusula apenas sob a ótica do Direito Comum, da mesma forma haveria ofensa aos ditames fundamentais do contrato, por se tratar de condição potestativa.<sup>46</sup> A fim de coibir tais práticas, o Superior Tribunal de Justiça editou a Súmula 60, nestes termos: “É nula a obrigação cambial assumida por procurador do mutuário vinculado ao mutuante, no exclusivo interesse deste.”

O Código de Defesa do Consumidor, com o fito de vedar a reiteração dessa prática, tipificou a cláusula-mandato como abusiva. Isso porque essa estipulação era largamente utilizada no contrato e, muitas vezes, o consumidor sequer era cientificado de sua

---

<sup>46</sup> Condição potestativa é aquela que condiciona a realização de um fato, do qual depende a relação jurídica, à vontade exclusiva de uma das partes, que pode provocar ou impedir sua ocorrência, gerando, assim, exagerada preponderância de um contratante sobre o outro. As condições potestativas são defesas no ordenamento jurídico brasileiro, conforme depreende-se do art. 122 do Código Civil: “são lícitas, em geral, todas as condições não contrárias à lei, à ordem pública ou aos bons costumes; entre as condições defesas se incluem as que privarem de todo efeito o negócio jurídico, ou o sujeitarem ao puro arbítrio de uma das partes.”

existência. Sendo assim, a referida cláusula não se harmonizava com o sistema de proteção instituído pelo CDC e, conforme Bonatto (2001, p. 96):

Esta posição da doutrina e da jurisprudência, contrária à estipulação deste tipo de cláusula contratual, originou-se, sem dúvida, da utilização deturpada do instituto do mandato, a qual agride, frontalmente, dois dos mais importantes princípios aplicáveis às relações de consumo, quais sejam: o da transparência e o da confiança, insculpidos no artigo 4º, e seus incisos, do CDC. E nesse sentido, nunca é demais recordar, que violar um princípio é mais grave que violar uma regra jurídica, porque os princípios são normas jurídicas que se colocam num plano distinto daquele em que se encontram as regras.

Ademais, a abusividade da cláusula-mandato é patente ao se constatar que fere, também, os princípios da vulnerabilidade, da boa-fé e do equilíbrio contratual, ao conceder vantagem excessiva e desproporcional a uma das partes.

### **6.3.8 Cláusula de opção exclusiva do fornecedor em concluir o contrato**

O inciso IX do art. 51 determina que são nulas as cláusulas contratuais que “deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor.” Tanto neste dispositivo quanto nos incisos X, XI, XII e XIII o legislador pretendeu coibir práticas unilaterais do fornecedor, haja vista que qualquer ato nesse sentido acarretaria ofensa aos princípios do Código de Defesa do Consumidor, mormente os princípios da vulnerabilidade, boa-fé e equilíbrio.

Esse tipo de estipulação contratual, ainda que fosse firmada através do regime civilista, estaria eivada de nulidade, já que concede direitos a apenas uma das partes da relação negocial, sendo considerada cláusula potestativa (art. 122, Código Civil).

Bonatto (2001, p. 75) ilustra bem a disparidade gerada por essa espécie de cláusula:

Casuisticamente, imaginemos a situação em que um potencial consumidor, atraído por uma oferta ou publicidade, dirige-se à revendedora de veículos e assina proposta de contrato, a qual será enviada à matriz para verificação de estoque ou se o consumidor preenche os requisitos necessários para a contratação. Enquanto isso, o consumidor não poderá contratar com outro fornecedor, pois se o fizer, arcará com os ônus de sua quebra contratual.

Tal situação viola os preceitos assentados pela Lei nº 8.078/90, sendo que as cláusulas neste sentido devem ser expurgadas dos contratos.

### **6.3.9 Cláusula que permite ao fornecedor a variação unilateral do preço**

O Código de Defesa do Consumidor também inquina de nulidade as cláusulas contratuais que “permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral” (art. 51, X). Novamente objetiva-se vedar direito exclusivista do fornecedor.

Preço deve ser entendido como aquilo que é cobrado e pago pelo consumidor, em razão do produto adquirido ou do serviço prestado.

Com a cláusula supra, o legislador evita que o fornecedor adote, dentre os índices de reajuste de preços, aquele de maior variação, ou altere ao seu exclusivo critério as taxas de juros e outros encargos. É certo que até mesmo o Código Civil também coíbe a estipulação unilateral do preço.

Isto posto, verifica-se que as alterações contratuais referentes ao preço do produto ou serviço não são proibidas, desde que se originem das tratativas entre fornecedor e consumidor.

### **6.3.10 Cancelamento unilateral do contrato pelo fornecedor**

Aqui, mais uma vez, tem-se em mira a obediência aos princípios fundamentais do CDC. Busca-se garantir a igualdade, o equilíbrio entre os contratantes, portanto o art. 51, inciso XI, veda as cláusulas contratuais que “autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor.”

O contrato deve ser cumprido pelas partes e, para desfazê-lo, ambos os contraentes devem manifestar esse desejo ou, então, a faculdade de resilição do contrato deve ser outorgada igualmente entre eles. Não se permite que apenas um dos contraentes goze da prerrogativa de cancelar o contrato.

Dessa forma, se constar no contrato de consumo disposição conferindo apenas ao fornecedor o direito de cancelar o contrato, sem a interferência do consumidor, dá-se a abusividade da estipulação que, portanto, será reputada nula.

Há quem considera nulas, também, até mesmo as cláusulas que autorizam o cancelamento bilateral do pacto, mormente no que tange aos contratos de longa duração, tais como os contratos de plano de saúde, haja vista que nesses casos o consumidor, após pagar as mensalidades durante anos, ao buscar fazer uso do serviço, pode ser surpreendido com a decisão do fornecedor em dissolver o vínculo contratual. Ressalta-se, pois, nessa hipótese, a ofensa às disposições constantes no inciso IV, referentes à boa-fé e equidade.

### **6.3.11 Cláusula de ressarcimento unilateral dos custos de cobrança**

O inciso XII, do art. 51, inquina de nulidade as cláusulas contratuais que “obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor.” Procura-se, novamente, manter o equilíbrio das relações contratuais de consumo, ao vedar a previsão de obrigações tão-somente ao consumidor, justamente a parte mais frágil da relação.

Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001, p. 531), ao discorrer sobre o significado dessa cláusula, dispõe que:

Sendo necessário o recurso à cobrança para que o fornecedor possa fazer valer os seus direitos derivados do contrato de consumo, o Código permite a estipulação contratual de que esses encargos sejam carreados ao consumidor, se igual direito for assegurado a este, se precisar cobrar o cumprimento da obrigação do fornecedor.

### **6.3.12 Modificação unilateral do conteúdo ou da qualidade do contrato, após sua celebração**

Trata-se de mais uma cláusula que visa coibir direito exclusivista do fornecedor. Para que exista contrato, é necessária a manifestação de vontade das partes. Firmado o pacto, as partes vêm-se obrigadas a cumpri-lo. O contrato, em regra, é imutável; com isso

gera-se estabilidade à relação jurídica. Destarte, um dos princípios informadores do contrato é a vedação à modificação unilateral de qualquer dispositivo da avença.

No entanto, autoriza-se a alteração de cláusulas contratuais em situações excepcionais. Mas, de acordo com entendimento doutrinário, tal modificação:

(...) deve ser levada a cabo por tratativas bilaterais das partes contratantes, ou através da ação judicial específica, quando acontecimentos extraordinários determinarem radical alteração no estado de fato contemporâneo à celebração do contrato, que venham a acarretar conseqüências imprevisíveis, das quais decorra onerosidade excessiva no cumprimento da obrigação, a qualquer dos contratantes. (BONATTO, 2001, p. 86)

Permitir-se a modificação unilateral do contrato acarretaria ofensa ao princípio da isonomia, insculpido no *caput* do art. 5º da CF, e ofensa aos princípios informadores das relações de consumo, além de gerar grande insegurança jurídica.

Caso seja necessária a alteração contratual superveniente à conclusão do contrato, é imprescindível que isso seja deliberado por ambas as partes. Em razão do exposto, justifica-se a regra do inciso XIII, ao invalidar as cláusulas que “autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração”.

### **6.3.13 Cláusula que viola normas ambientais**

O inciso XIV, do art. 51, preceitua que são nulas as disposições contratuais que “infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais”. É cediço que a tutela ao meio ambiente foi erigida ao nível constitucional (art. 225 da Carta Magna). Dessarte, incumbe a todas as pessoas o respeito às regras de proteção ambiental.

Sendo assim, qualquer disposição contratual que tenha o simples potencial de lesar o meio ambiente será considerada abusiva. Tal norma visa proteger não só o meio ambiente bem como o consumidor, que pode ser atingido pela nocividade das constantes agressões ambientais. Segundo Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001), a proteção ao meio ambiente deve compreender o meio ambiente natural (ar, água, fauna, flora etc.), o meio ambiente urbanístico (zoneamento, poluição sonora etc.), o meio ambiente cultural

(patrimônio histórico, estético, turístico, paisagístico etc.) e o meio ambiente do trabalho (salubridade, segurança etc.).

#### **6.3.14 Cláusula em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor**

Veda-se, evidentemente, as estipulações contratuais que firam as regras do CDC e de outras leis protetivas do consumidor. Mister se faz notar que qualquer cláusula que não se coadune com os princípios gerais do Estatuto Consumerista deve ser expurgada do contrato, conforme apregoa o inciso XV, ao macular de nulidade as disposições que “estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor”.

Na lição de Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001), tal disposição constitui “norma de encerramento”, haja vista que faculta ao juiz a interpretação do que seja ofensa ao sistema de defesa do consumidor. Além disso, o próprio *caput* do art. 51 utiliza a expressão “entre outras”, a significar que mesmo as cláusulas não enumeradas, e desde que sejam abusivas, poderão ser atingidas pela nulidade.

Justifica-se tal previsão, também, porque o CDC é norma de ordem pública, cogente, sendo insuscetível de derrogação pela vontade das partes. Logo, qualquer estipulação que contrarie seus preceitos deve ser desconsiderada na ordem jurídica.

#### **6.3.15 Renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias**

O inciso XVI, do art. 51, reputa como abusivas as cláusulas que “possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias”. Na realidade, a proibição a esse tipo de estipulação já se encontra no inciso I do supramencionado artigo, ao vedar renúncia ou disposição de direitos. Porém, o legislador quis ser mais claro e, para tanto, inseriu esse inciso específico.

O Código Civil define expressamente o que sejam benfeitorias necessárias em seu art. 96, § 3º.<sup>47</sup> O Estatuto Civil prevê expressamente que tais benfeitorias devem ser

---

<sup>47</sup> “Art. 96. As benfeitorias podem ser voluptuárias, úteis ou necessárias.

(...)

§ 3º São necessárias as que têm por fim conservar o bem ou evitar que se deteriore.”

indenizadas ao possuidor de boa-fé (art. 1219). Portanto, não é cabível a disposição contratual que imponha ao consumidor a renúncia a esse direito.

A fim de ilustrar a pertinência da disposição legal, Bonatto (2001, p. 63) discorre:

Imaginemos a situação em que um consumidor loque um automóvel de uma locadora e este, na utilização normal, apresente vazamento do ácido da bateria. O consumidor, cômico de seus deveres na relação, procura a assistência técnica, a qual constata que o serviço de limpeza do ácido derramado deve ser imediato, sob pena de causar graves danos a sistema elétrico do automóvel. O consumidor, então, sem outra alternativa, autoriza a realização do serviço e arca com o devido pagamento. Ora, sem dúvida, estes gastos devem ser suportados pela locadora-proprietária do automóvel, sob pena de configurar-se a figura, sempre combatida pelo Direito, do enriquecimento sem causa, eis que os riscos da atividade econômica mencionada já se encontram projetados no valor da locação. Desse modo, a não-indenização ao consumidor, pelas benfeitorias necessárias, implicaria *bis in idem*, ou seja, o consumidor pagaria duas vezes por um problema mecânico que sequer tinha condições de evitar.

### 6.3.16 Presunção de vantagem exagerada – art. 51, § 1º

O referido dispositivo estabelece:

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

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

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

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

O rol acima é meramente exemplificativo, visto que se utilizou da expressão “entre outros casos”. Assim, poderão ser consideradas exageradas outras vantagens em benefício do fornecedor, analisadas no caso concreto. Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001) afirma que tal presunção é relativa, pois admite-se prova em contrário do fornecedor.

A vantagem que ofender os princípios fundamentais do sistema jurídico ao qual pertence, será reputada exagerada e, portanto, deverá ser considerada nula, nos termos do inciso IV, do art. 51. É de se notar, também, que se quaisquer dos princípios firmados pelo

CDC forem violados, a vantagem carreada ao fornecedor tornar-se-á nula, por força do inciso XV.

Pela exegese do § 1º, inciso II, verifica-se que não é preciso que ocorra desequilíbrio efetivo no contrato, basta a ameaça de desequilíbrio para que a vantagem seja julgada como exagerada. Por isso, faz-se necessário analisar o caso concreto.

O inciso III prevê a exorbitância da vantagem que gerar onerosidade excessiva para o consumidor. Se existir cláusula contratual com esse conteúdo, será suprimida a equidade contratual, um dos princípios gerais do CDC. Ao se constatar a onerosidade excessiva, o consumidor poderá optar pela revisão do contrato, a modificação da cláusula contratual ou a nulidade da cláusula em razão da desvantagem exagerada por ele suportada (inc. IV do art. 51).

É importante destacar o entendimento de Grinover et al. (2001, p. 534) ao afirmar que:

Somente as circunstâncias extraordinárias é que entram no conceito de onerosidade excessiva, dele não fazendo parte os acontecimentos decorrentes da *álea normal* do contrato. Por “álea normal” deve entender-se o risco previsto, que o contratante deve suportar, ou, se não previsto explicitamente no contrato, de ocorrência presumida em face da peculiaridade da prestação ou do contrato.

### **6.3.17 Princípio da conservação do contrato – art. 51, § 2º**

O art. 51, § 2º, dispõe:

Art. 51. (...)

§ 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.

O dispositivo supramencionado consagra o princípio da conservação do contrato, segundo o qual a nulidade de uma cláusula não contamina todo o conteúdo do pacto. Sendo assim, a interpretação das estipulações negociais e a análise das cláusulas abusivas devem ser feitas de modo a não invalidar todo o contrato. Neste sentido, o art. 6º, V, do CDC prevê a possibilidade de modificação das disposições contratuais, caso elas sejam

desproporcionais, ou a sua revisão, se se tornarem excessivamente onerosas. Porém, se a nulidade da cláusula gerar ônus excessivo a qualquer dos contraentes, não se justificará a conservação do pacto que, conseqüentemente, tornar-se-á inválido.

### **6.3.18 O controle administrativo das cláusulas contratuais gerais pelo Ministério Público – art. 51, § 3º (vetado)**

O referido parágrafo estava assim redigido: “O Ministério Público, mediante inquérito civil, pode efetuar o controle administrativo abstrato e preventivo das cláusulas contratuais gerais, cuja decisão terá caráter geral”.

Tal dispositivo foi vetado sob o argumento de que transgredia o art. 128, § 5º<sup>48</sup> da CF, já que as atribuições do Ministério Público devem ser reguladas por lei complementar. Outro argumento foi o de que o controle dos atos jurídicos somente poderia ser feito pelo Poder Judiciário. Além disso, alegou-se que o controle das cláusulas contratuais poderia ser realizado através do disposto no § 4º do art. 51.

Entretanto, Nery Jr. (GRINOVER et al., 2001) refuta tais alegações e afirma que qualquer lei ordinária pode atribuir funções ao MP (conforme art. 129, IX, da CF). Ademais, segundo o jurista, o veto é injurídico, também,

(...) porque a decisão do Ministério Público seria administrativa, não ferindo os princípios constitucionais do direito de ação e da inderrogabilidade da jurisdição, pois o prejudicado poderia recorrer ao Judiciário para pleitear tutela sobre ameaça ou lesão de direito que afirma possuir. Além disso, o controle dos atos jurídicos pode ser feito administrativa ou judicialmente, podendo qualquer órgão exercê-lo, se assim dispuser a lei (art. 5º, nº II, CF). (GRINOVER et al., 2001, p. 537)

É de se notar, ainda, que o controle das cláusulas contratuais gerais pode, sim, ser feito pelo MP através de inquérito civil. Isso porque a própria Carta Magna prevê tal

---

<sup>48</sup> “Art. 128. (...)”

§ 5º Leis complementares da União e dos Estados, cuja iniciativa é facultada aos respectivos Procuradores-Gerais, estabelecerão a organização, as atribuições e o estatuto de cada Ministério Público, observadas, relativamente a seus membros: (...)”

instrumento como uma das funções institucionais do Ministério Público (art. 129, III), além de estar previsto na Lei de Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85, art. 8º, § 1º).

Faz-se necessário consignar a seguinte observação de Grinover et al. (2001, p. 536):

No inquérito civil o Ministério Público pode arremeter documentos, informações, ouvir testemunhas e os interessados, realizar perícias e exames, tudo isso para formar sua opinião sobre a existência ou não de cláusula abusiva em determinado contrato de consumo ou nas cláusulas contratuais gerais.

Com as provas colhidas por intermédio do inquérito civil, o fornecedor investigado e o Ministério Público podem firmar acordo, ou melhor, compromisso de ajustamento, mediante o qual aquele se compromete a adotar as condutas legalmente exigidas, valendo tal ajuste como título executivo extrajudicial (art. 5º, § 6º, da Lei nº 7.347/85). Caso contrário, restará ao MP o ajuizamento de ação civil pública, a fim de pleitear o controle judicial das cláusulas abusivas.

### **6.3.19 Representação ao Ministério Público para o controle judicial das cláusulas abusivas – art. 51, § 4º**

O dispositivo em análise estabelece que

Art. 51. (...)

§ 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

Isto não quer dizer que o Ministério Público é o legitimado exclusivo para promover esse tipo de ação. Quaisquer dos legitimados do art. 82 do CDC pode propor ações com o fito de tutelar o consumidor.

O que o § 4º, do art. 51, quis declarar é que o MP tem a possibilidade de buscar o controle judicial de cláusulas contratuais através da propositura de ação coletiva, a pedido do próprio consumidor ou de entidade que o represente. Sendo assim, o Ministério Público

defenderá direito que, em tese, poderia ser classificado como individual, mas que pelo sistema instituído pelo Estatuto Consumerista em seu art. 1º, deve ser tido como de interesse social. Além disso, a defesa desse direito pelo MP encontra-se amparada pelo art. 129, IX, CF. No entanto, deve-se consignar que não cabe ao MP a defesa de direitos individuais puros, isto é, não homogêneos, tal como manejar ação para alcançar indenização individual em favor de um determinado consumidor. Neste caso, o consumidor deverá buscar o patrocínio de um advogado.

#### **6.4. O controle das cláusulas abusivas**

É cediço que a padronização dos contratos, atualmente, corresponde a uma necessidade premente da sociedade. Impedir esse tipo de contratação seria inviabilizar a economia. Ante os inúmeros contratos realizados diariamente, a negociação prévia de todas as cláusulas do ajuste seria impensável. No entanto, como já salientado, é imprescindível que se atente para os abusos praticados por alguns fornecedores e, com isso, evite-se a ofensa aos princípios gerais da proteção do consumidor, tais como o equilíbrio contratual, a vulnerabilidade do consumidor, a boa-fé, a transparência e a informação nas relações contratuais de consumo. Neste sentido, revela-se a importância do controle das cláusulas abusivas nos contratos.

Referido controle pode dar-se pela via administrativa ou judicial. Todavia, há juristas que não reconhecem o controle administrativo das cláusulas abusivas nos contratos, visto que o § 3º, do art. 51, que expressamente previa esse tipo de controle, foi vetado. Por outro lado, como já explicitado neste estudo, o veto ao dispositivo mencionado não impediu o controle administrativo do conteúdo do contrato pelo Ministério Público, por força dos arts. 129, III<sup>49</sup> da CF e 8º, § 1º<sup>50</sup> da Lei nº 7.347/85 (aplicável às relações de

---

<sup>49</sup> “Art. 129. São funções institucionais do Ministério Público:

(...)

III – promover o inquérito civil e a ação civil pública, para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos;”

<sup>50</sup> “Art. 8º (...)

§ 1º O Ministério Público poderá instaurar, sob sua presidência, inquérito civil, ou requisitar, de qualquer organismo público ou particular, certidões, informações, exames ou perícias, no prazo que assinalar, o qual não poderá ser inferior a 10 (dez) dias úteis.”

consumo, conforme o disposto no art. 90 do CDC), em razão disso, deve-se admitir que tal controle ainda é válido, embora sem caráter coercitivo.

Sendo assim, por intermédio do inquérito civil, o MP arregimenta documentos e outras provas, com a finalidade de analisar se o contrato possui estipulação abusiva. Constatando-se a existência dessa, o MP pode estabelecer compromisso de ajustamento de conduta com o fornecedor, com a retirada da estipulação abusiva (não realizado esse acordo, o Promotor de Justiça ajuizará ação civil pública para eliminar a cláusula contrária ao Estatuto Consumerista, o que caracteriza o controle judicial em abstrato). É de se notar que o controle administrativo, levado a cabo pelo Ministério Público com a utilização do inquérito civil, pode ser efetivado de modo abstrato ou em concreto.

Bonatto (2001, p. 113) explicita de forma primorosa como se dá o controle em abstrato:

O controle administrativo em abstrato ocorre sempre que o Ministério Público, de ofício ou provocado por consumidor ou entidade que o represente, instaura procedimento investigatório com o objetivo de apurar a existência de cláusula com potencial abusivo em formulário-padrão, utilizado para futura contratação, oriundo da administração pública ou de qualquer fornecedor privado, sendo irrelevante que já tenha havido ou não a concretização do contrato de adesão com base no referido formulário.

Deve-se consignar que o controle em abstrato diz respeito a interesses ou direitos difusos, nos termos do art. 81, parágrafo único, inciso I, do CDC, haja vista que os sujeitos são indeterminados, estão vinculados ao fornecedor por uma situação de fato (interesse em contratar) e o objeto é indivisível.<sup>51</sup>

O controle administrativo pode ser feito, ainda, segundo Bonatto (2001, p. 108), “pela adoção de providências no âmbito da administração pública, no que concerne às atividades por ela fiscalizadas ou controladas”. Isso ocorre através da autorização prévia das condições gerais de contratação por um órgão específico da Administração Pública. Dessa maneira, o Poder Público fiscaliza e regulamenta determinado setor, por intermédio da edição de decretos, portarias, resoluções etc. Exemplo disso é o setor de seguros,

---

<sup>51</sup> Isso porque, segundo Bonatto (2001, p. 114), “uma única abusividade é suficiente a caracterizar a lesão de todos os consumidores e, da mesma forma, a satisfação de um deles, com a retirada ou modificação da cláusula abusiva constante do formulário-padrão, beneficia, ao mesmo tempo, todos os potenciais consumidores”.

regulado pela SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) e o setor de consórcio de automóveis, regulado pelo Banco Central.

Outra forma de controle administrativo dá-se pela atuação, em nível federal, do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) e, em nível estadual e municipal, do PROCON. Tais órgãos têm competência para fiscalizar os fornecedores e, também, podem realizar o controle administrativo em abstrato, já que têm competência para a instauração de processo administrativo diante da constatação de infração às normas de tutela do consumidor, ou celebrar compromisso de ajustamento de conduta com os fornecedores de produtos ou serviços.

O controle administrativo em concreto das cláusulas abusivas nas relações contratuais, conforme Bonatto (2001, p. 116),

(...) ocorre nas situações originadas de contratos já consumados mediante a adesão de consumidores. Do mesmo modo que no controle administrativo em abstrato, o controle em concreto poder ser efetivado pelo Ministério Público, através do inquérito civil, ou pelos órgãos da Administração Pública destinados à defesa dos interesses e direitos dos consumidores, integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, através de processo administrativo.

É de se ressaltar que se o MP constatar a existência de abusividade no contrato já firmado, poderá propor o compromisso de ajustamento de conduta com o fornecedor. Tal controle pode estar dirigido a tutelar interesses coletivos<sup>52</sup> ou individuais homogêneos.<sup>53</sup> Formalizada a composição extrajudicial, realizado estará o controle administrativo em concreto. Caso contrário, restará ao Ministério Público o ajuizamento da competente ação coletiva de consumo (esta é hipótese de controle judicial em concreto) para modificar ou expurgar do contrato a cláusula abusiva e, se for o caso, a obrigação dos fornecedores em indenizar os consumidores contratantes em razão de danos gerados pela supramencionada cláusula.

O controle administrativo em concreto, da mesma forma, pode ser perpetrado pelos órgãos públicos responsáveis pela defesa do consumidor, através da aplicação de sanções

---

<sup>52</sup> Quando os sujeitos são determináveis (os signatários do contrato), há uma relação jurídica a vinculá-los (o contrato de consumo), e o objeto é indivisível (caracterizada a abusividade de uma cláusula, significa que todos os consumidores que contrataram foram lesados).

<sup>53</sup> Neste caso, os sujeitos são determináveis, o objeto é divisível (é possível identificar a lesão sofrida e qual sua extensão) e os danos aos sujeitos têm uma origem comum (como, por exemplo, o mesmo fornecedor).

administrativas ou, ainda, celebração de compromisso de ajustamento de conduta com o agente econômico.

Caso nenhuma dessas formas de controle alcance o resultado almejado, qual seja, a eliminação das cláusulas abusivas, restará, ainda, a via judicial para a eliminação da abusividade no contrato de consumo.

O art. 5º, inciso XXXV, da Constituição Federal expressa que “a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito”. Sendo assim, plenamente cabível o ajuizamento de ação para se coibir a inserção de cláusula abusiva no contrato. Incumbe, pois, ao Poder Judiciário a fiscalização com caráter cogente do contrato, por meio do controle em abstrato ou em concreto das cláusulas abusivas.

É de se notar, ainda, que o referido controle judicial pode ser efetuado de modo incidental – quando a nulidade da cláusula é decretada *ex officio* pelo magistrado –, ou de modo direto – na hipótese de ação de nulidade da cláusula contratual.

O controle judicial em abstrato das cláusulas abusivas, na lição de Bonatto (2001, p. 124),

(...) acontece quando se pleiteia nulificar, indiscriminadamente, cláusulas constantes de formulário-padrão (utilizado para contratos de adesão, ou condições gerais de contratação) estipuladas pelo fornecedor, sem que se tenha em conta casos concretos, isto é, relações contratuais de consumo já perfectibilizadas. O pedido, na ação coletiva de consumo, proposta com tal desiderato, deve ser feito de molde a que o agente econômico seja condenado a suprimi-la ou modificar a sua redação.

O Código de Defesa do Consumidor consagrou essa espécie de controle em seu art. 51, § 4º. Tal dispositivo prevê que cabe tão-somente ao Ministério Público a propositura de ação coletiva para ser declarada a nulidade da cláusula. Entretanto, alguns juristas afirmam que a legitimidade não é exclusiva do MP, eis que qualquer dos co-legitimados citados no art. 82 do Estatuto Consumerista também têm a possibilidade de ajuizar ações visando a defesa dos destinatários finais de produtos e serviços, já que o art. 83 do CDC é expresso: “Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela”. Entendemos que essa última interpretação é a mais correta (conforme já disposto no item 6.3.19), pois

decorre do próprio sistema do Código;<sup>54</sup> além disso, entendemos, também, que o Estatuto Consumerista deve servir a tutelar o consumidor da forma mais ampla e eficaz possível, e isto será alcançado quanto maior for o número de legitimados a defender judicialmente os interesses dos consumidores. Verifica-se, também, que o controle em abstrato destina-se à defesa coletiva dos interesses ou direitos difusos (definidos no art. 81, parágrafo único, inciso I, do CDC) e não o só o MP como também outros entes têm legitimidade para defender tais interesses.<sup>55</sup>

Deve-se consignar, por fim, que a sentença prolatada no processo em que se busca o controle judicial em abstrato, terá eficácia *erga omnes*, nos termos do art. 103, inciso I, do CDC.<sup>56</sup>

Já a incidência do controle judicial em concreto surge quando

(...) se pretende nulificar, por abusivas, cláusulas de contratos existentes, isto é, contratos já perfectibilizados (com a adesão de consumidores), estipuladas unilateralmente pelo fornecedor. O pedido, na ação coletiva de consumo proposta com tal objetivo, deve ser no sentido de que o agente econômico seja condenado a suprimir as cláusulas inquinadas de nulas ou modificar sua redação e, ainda, se for o caso, condenado a ressarcir os danos individualmente sofridos pelos consumidores, em decorrência daquelas cláusulas abusivas. (BONATTO, 2001, p. 130)

<sup>54</sup> Compartilha desse entendimento, inclusive, Nelson Nery Jr., que, ao comentar o § 4º, do art. 51, dispõe: “Ao contrário do que poderia parecer à primeira vista, o dispositivo não encerra hipótese de legitimidade exclusiva para agir ao Ministério Público, porque qualquer legitimado pelo art. 82 do Código pode mover todo e qualquer tipo de ação judicial necessária para a efetiva tutela dos direitos protegidos pelo Código, conforme deflui do art. 83 do CDC.” (GRINOVER et al., 2001, p. 537). Alberto do Amaral Jr. também interpreta da mesma forma: “Nos termos do Código de Defesa do Consumidor, o controle judicial das cláusulas contratuais abusivas tanto pode ocorrer nos limites da relação concreta deduzida em juízo, referindo-se às cláusulas particulares deste ou daquele contrato, quanto verificar-se em abstrato, ocasião em que incide sobre a totalidade das cláusulas contratuais predispostas pelo fornecedor. (...) no segundo caso, o controle será exercido mediante a provocação de qualquer interessado, das associações de consumidores e do Ministério Público (art. 51, § 4º, c/c o art. 83).” (MUKAI et al., 1991, p. 193)

<sup>55</sup> “Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente:

I – o Ministério Público,

II – a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III – as entidades e órgãos da administração pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV – as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este Código, dispensada a autorização assemblear.

(...)”

<sup>56</sup> “Art. 103. Nas ações coletivas de que trata este Código, a sentença fará coisa julgada:

I – *erga omnes*, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação, com idêntico fundamento, valendo-se de nova prova, na hipótese do inciso I do parágrafo único do art. 81.”

O controle judicial em concreto destina-se precipuamente a tutelar direitos coletivos em sentido estrito ou individuais homogêneos, quando o contrato eivado de nulidade já foi firmado.

Referido controle poderá ser provocado por quaisquer dos legitimados do art. 82 do Estatuto Consumerista. A sentença proferida no processo que visa o controle em concreto das cláusulas abusivas, tratando-se da defesa de interesses coletivos, terá eficácia *ultra partes*, conforme preceitua o art. 103, II, do CDC. Se se tratar da proteção de interesses individuais homogêneos, a sentença terá eficácia *erga omnes* (art. 103, III, CDC).<sup>57</sup>

Ademais, não se pode olvidar que, a despeito do CDC prever a defesa coletiva dos consumidores contra as cláusulas abusivas constantes nos contratos, é possível, também, a defesa individual do consumidor. Este, vislumbrando a existência de disposição abusiva no pacto, pode exercer a defesa de seus direitos em juízo, individualmente, ainda que exista ação coletiva já proposta.

---

<sup>57</sup> “Art. 103. Nas ações coletivas de que trata este Código, a sentença fará coisa julgada:

(...)

II – *ultra partes*, mas limitadamente ao grupo, categoria ou classe, salvo improcedência por insuficiência de provas, nos termos do inciso anterior, quando se tratar da hipótese prevista no inciso II do parágrafo único do art. 81;

III – *erga omnes*, apenas no caso de procedência do pedido, para beneficiar todas as vítimas e seus sucessores, na hipótese do inciso III do parágrafo único do art. 81.”

## 7 CONCLUSÃO

O consumidor é peça fundamental na economia. Por isso, merece proteção adequada. As relações de consumo devem ser firmadas de modo que não causem prejuízos aos consumidores.

As origens das relações de consumo remontam ao Código de Hammurabi, de aproximadamente 2000 anos antes de Cristo. Desde essa época já existiam regras disciplinadoras das relações entre fornecedores de produtos ou serviços e os adquirentes desses bens. É cediço que os ajustes entre os fornecedores e os destinatários finais de produtos e serviços passaram por intensas modificações. Com o advento do liberalismo, doutrina que pregava a total liberdade do indivíduo para dirigir sua vida e seus negócios sem a interferência do Estado, passou-se a privilegiar a autonomia da vontade e a liberdade contratual. Apregoava-se que todos as pessoas eram iguais e, portanto, tinham todas as condições para decidir aquilo que lhes fosse mais favorável.

Evidentemente, não era isso que ocorria no mundo fático. Com o crescimento e modernização das relações de consumo, os dogmas do liberalismo não mais satisfaziam as necessidades das pessoas. Sendo assim, grandes modificações emergiram no tocante às relações negociais.

A interferência do Estado no âmbito do direito privado tornou-se premente, especialmente para atuar como fator limitante do conteúdo dos contratos. A especialização cada vez maior dos fornecedores, o aumento no número de produtos e serviços ofertados no mercado e o crescimento das contratações deixaram à mostra a fragilidade do consumidor, que não possuía meios para se furtar de abusos cometidos pelo fornecedores.

Com isso, justificou-se o dirigismo contratual, fenômeno pelo qual coube ao Estado dispor regras fundamentais para a elaboração dos contratos, de forma a que uma das partes não sobrepujasse a outra. Assim, o Estado buscou impor novas concepções no aspecto dos contratos, tais como a boa-fé, o equilíbrio, a transparência, com o objetivo de preservar a emergente sociedade de consumo.

Normas imperativas passam a limitar a autonomia privada e a liberdade contratual, a fim de que se atinja a função social do contrato, em detrimento à vontade individual de

qualquer das partes. Neste contexto, portanto, surgem os fundamentos do Código de Defesa do Consumidor.

O Estatuto Consumerista introduziu, em nosso país, novos conceitos e princípios no tocante às relações de consumo, a fim de atender aos interesses e necessidades da sociedade. O CDC deve ser entendido como lei principiológica, já que assenta as normas fundamentais que devem regular as relações de consumo. Trata-se de lei que guia e orienta os juristas na interpretação dos casos concretos e, além disso, destina-se a informar satisfatoriamente os consumidores e fornecedores acerca de seus direitos e deveres.

Com o advento da Lei nº 8.078/90, o consumidor, que antes sujeitava-se às práticas perpetradas pelos fornecedores, passa a ser efetivamente tutelado e dispor de instrumentos aptos para sua proteção. É certo que dentre os princípios do Código de Defesa do Consumidor destacam-se a vulnerabilidade, a boa-fé, o equilíbrio, a transparência e a informação. Tais princípios refletem-se na coibição das cláusulas abusivas, ou seja, aquelas disposições contratuais que estabelecem condições iníquas, gerando desequilíbrio na relação contratual. As cláusulas abusivas previstas na Lei nº 8.078/90 estão dispostas em rol exemplificativo, isto é, existem outras condições contratuais que ali não estão previstas mas que igualmente não possuem validade alguma.

Daí ressalta-se a importância dos princípios da legislação consumerista, haja vista que a partir deles o juiz pode identificar novas cláusulas excessivas no contrato e torná-las nulas. Ademais, constantemente novas listas de cláusulas abusivas são elaboradas pelos órgãos estatais competentes, com o fito de se impedir a inserção dessa espécie de cláusula nos pactos.

Além disso, deve-se notar que o Novo Código Civil trouxe em seu texto normas relativas aos contratos que se harmonizam com os preceitos do CDC e que visam atender o interesse social e não apenas os interesses individuais, impedindo-se, destarte, a vantagem exagerada a qualquer uma das partes.

Verifica-se, portanto, que o Código de Defesa do Consumidor coaduna-se com os anseios da sociedade e estabelece efetivamente a equidade no âmbito dos contratos e a proteção satisfatória dos consumidores.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

ARQUIVOS DO CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO DA FUNDAÇÃO PROCON. **Breve histórico da proteção ao consumidor**. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br>>. Acesso em: 15 maio 2004.

\_\_\_\_\_. **Retrospectiva histórica**. Disponível em: <<http://www.procon.sp.gov.br>>. Acesso em: 15 maio 2004.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do Consumidor: código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.

BONATTO, Cláudio. **Código de defesa do consumidor: cláusulas abusivas nas relações contratuais de consumo**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

\_\_\_\_\_, MORAES, Paulo Valério Dal Pai. **Questões controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos**. 4. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2003.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Organizador Yussef Said Cahali. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

CARDOSO, Francisco Kléristom Fairas. **As cláusulas abusivas e o CDC**. São Paulo, 2004. Disponível em: <[http://www.editoraforense.com.br/Atualida/Artigos\\_DCOM/atual\\_dcom.htm](http://www.editoraforense.com.br/Atualida/Artigos_DCOM/atual_dcom.htm)>. Acesso em: 16 maio 2004.

DAL COL, Helder Martinez. **Cassação de liminar em mandado de segurança em matéria fiscal e o sobreprincípio da segurança jurídica**. A segurança jurídica – sobreprincípio no ordenamento jurídico brasileiro. Jurid 8.0 Publicações Eletrônicas 1997 – 2000.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. v. 7.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

GALDINO, Valéria Silva. **Cláusulas abusivas no direito brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 2001.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **O que é o Idec**. Disponível em: <<http://www.idec.org.br>>. Acesso em: 16 maio 2004.

LISBOA, Roberto Senise. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

MACEDO JR., Ronaldo Porto. **Contratos relacionais e defesa do consumidor**. São Paulo: Max Limonad, 1998.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais**. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. v. 1.

MUKAI, Toshio et al. (Coord. Juarez de Oliveira). **Comentários ao código de proteção do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1991.

NAHAS, Thereza Christina. **Cláusulas abusivas nos contratos de consumo**. São Paulo: LTr, 2002.

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. **Comentários ao código do consumidor: Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990**. 2. ed. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NERY JÚNIOR, Nelson. Os princípios gerais do código brasileiro de defesa do consumidor. **Revista de direito do consumidor**. São Paulo: RT, v. 3, p. 44-77, set./dez. 1992.

NOGUEIRA, Antônio de Pádua Ferraz. **Considerações sobre os princípios do código de defesa do consumidor**. São Paulo, 2004. Disponível em: <[http://www.editoraforense.com.br/Atualida/Artigos\\_DCOM/actual\\_dcom.htm](http://www.editoraforense.com.br/Atualida/Artigos_DCOM/actual_dcom.htm)>. Acesso em: 16 maio 2004.

NOVAIS, Alinne Arquette Leite. **A teoria contratual e o código de defesa do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001. v. 17.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. **Comentários ao código de defesa do consumidor: direito material (arts. 1º a 54)**. São Paulo: Saraiva, 2000.

SIDOU, J. M. Othon. **Proteção ao Consumidor: quadro jurídico universal, responsabilidade do produtor no direito convencional, cláusulas contratuais abusivas, problemática brasileira, esboço de lei**. Rio de Janeiro: Forense, 1977.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 9. ed. São Paulo: Malheiros, 1994.

SOARES, Paulo Brasil Dill. **Princípios básicos de defesa do consumidor: institutos de proteção ao hipossuficiente**. Leme: LED, 2001.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor: a busca de um ponto de equilíbrio entre as garantias do Código de Defesa do Consumidor e os princípios gerais do direito civil e do direito processual civil**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: contratos em espécie**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002. v. 3.

\_\_\_\_\_. **O código do consumidor e o código civil**. São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.societario.com.br/demarest/svconsumidor.html>>. Acesso em: 16 maio 2004.