

**CENTRO UNIVERSITÁRIO SÃO JOSÉ
CURSO DE DIREITO**

**RAFAEL DE OLIVEIRA SILVA GOMES
PROFESSOR-ORIENTADOR: DANIELA VIDAL**

**OS 30 ANOS DA IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO
CONSUMIDOR**

Rio de Janeiro

2021

OS 30 ANOS DA IMPLEMENTAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR THIRTY YEARS SINCE THE IMPLEMENTATION OF THE CONSUMER PROTECTION CODE.

Nome do autor

Rafael de Oliveira Silva Gomes, graduando do Curso de Direito do Centro Universitário São Jose.

Orientador

Professora Daniela Vidal

RESUMO

O código de defesa do consumidor é a conquista da sociedade brasileira para ter resguardado direitos básicos da relação de consumo. Promulgada em 11 de setembro de 1990 através da lei 8.078/90, foi um marco evolutivo na cadeia consumerista garantindo aos consumidores e fornecedores de produtos e serviços direitos e deveres, conforme amplamente detalhado nas linhas deste trabalho. O objetivo central do trabalho é abordar e analisar sobre o tema da relação de consumo na sociedade atual, traçando um paralelo histórico a fim de se observar a evolução protetiva da lei consumerista nos últimos trinta anos, apresentando as relações de consumo e seus abusos antes da implementação do código de defesa do consumidor, as conquistas advindas com sua implantação e a situação atual de sua aplicação. Propõe-se, assim, apresentar reflexões e analisar como as relações de consumo evoluíram nos últimos trinta anos, bem como se as proteções e garantias previstas no código de defesa do consumidor ainda se mostram eficazes na sociedade atual. Sob essa ótica, observa-se que, mesmo com o passar dos anos, a lei consumerista se mostra uma grande e importante arma contra os abusos cometidos em outrora, ainda que precise estar em constante evolução para acompanhar uma sociedade que muda muito rapidamente seus costumes, não traduzindo, nos dias de hoje, a mesma cultura do início da década de 90.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor, trinta anos da lei 8.078/90 e legislação consumerista.

ABSTRACT

The consumer protection code is the achievement of Brazilian society to have protected basic rights in the consumer relationship. Enacted on September 11, 1990 through Law 8.078/90, it was an evolutionary milestone in the consumerist chain, guaranteeing consumers and suppliers of products and services rights and duties, as detailed in the lines of this work. The main objective of the work is to approach and analyze the topic of consumer relations in today's society, drawing a historical parallel in order to observe the protective evolution of consumer law in the last thirty years, presenting consumer relations and their abuses before the implementation of the consumer protection code, the achievements arising from its implementation and the current status of its application. It is proposed, therefore, to present reflections and analyze how consumer relations have evolved over the last thirty years, as well as whether the protections and guarantees provided for in the consumer protection code

are still effective in today's society. From this perspective, it is observed that, even over the years, consumer law has proven to be a great and important weapon against abuses committed in the past, even though it needs to be in constant evolution to keep up with a society that changes its customs very quickly , not translating, nowadays, the same culture of the beginning of the 90's.

Keywords: Consumer Protection Code, thirty years of law 8.078/90, consumer legislation.

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	5
2. OBJETIVOS	6
2.1 OBJETIVO GERAL	6
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. JUSTIFICATIVA E/OU RELEVÂNCIA.....	7
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	8
5. DESENVOLVIMENTO - As relações de consumo antes do Código de Defesa do Consumidor.....	10
5.1 Os primeiros entraves da nova lei consumerista.....	11
5.2 Os principais avanços na proteção ao consumidor.....	12
5.3 Aplicabilidade do CDC no cotidiano e evolução jurisprudencial ao longo dos anos.....	15
5.4 A constante evolução da Lei Consumerista com o avanço da sociedade.....	17
5.5 A consagração do diálogo na resolução de conflitos.....	20
6. CONCLUSÃO	20
7. REFERÊNCIAS	22

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor trouxe verdadeiros avanços na relação de consumo. O primeiro passo para seu nascimento surge da implementação da Carta Magna de 1988, que assegurou como garantia constitucional a proteção ao consumidor, conforme Art. 5º, XXXII do referido diploma legal.

Este trabalho tem como objetivo traçar um paralelo evolutivo das conquistas advindas após a implementação do Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90, promulgada em 11 de setembro de 1990 e que completa 30 anos garantindo estabilidade e diminuindo a desigualdade entre consumidores, hipossuficientes na maioria das vezes, e grandes empresas.

Busca, ainda, com este trabalho, responder se após três décadas a defesa do consumidor segue resguardada pelo referido código e, ainda, como evoluiu doutrina e jurisprudência acerca do tema ao longo dos anos.

2. OBJETIVOS

2.1 - OBJETIVO GERAL

Conhecer a evolução histórica das relações de consumo no Brasil para compreender os reais avanços advindos com a implementação do Código de Defesa do Consumidor, traçando um paralelo de três décadas e buscar entender, ainda, como doutrina e jurisprudência modificaram entendimentos com o passar dos anos para melhor aplicabilidade da Lei.

2.2 - OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Historicizar sobre a relação de consumo desde antes da implementação da Lei 8078/90;
- Compreender a legislação vigente antes da publicação do Código de Defesa do Consumidor e como eram regidas as relações de consumo;
- Analisar como a implementação da supracitada lei mudou o comportamento das relações de consumo na vida dos consumidores e nos Tribunais;
- Entender como doutrina e jurisprudência evoluíram ao longo destas três décadas;
- Identificar os aspectos positivos e os pontos que carecem de maior atenção quando da aplicação das normas consumeristas.

3. JUSTIFICATIVA

A necessidade de analisar o contexto histórico da relação de consumo, traçando um paralelo com nossos hábitos consumeristas e as constantes mudanças neste cenário ao longo dos anos justificam a análise de doutrina e jurisprudência ao longo dos 30 anos da implementação da lei consumerista.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O trabalho apresentado é um estudo histórico, caminhando ao longo de 30 anos até a atualidade, com objetivo de se levantar discussões acerca da eficácia da lei consumerista desde sua implementação até os dias atuais.

Não há como se chegar a uma conclusão imediata sem transitar desde os primórdios das relações de consumo e fazer um comparativo até os dias atuais, com a evolução da doutrina e jurisprudência.

4.1 História das Relações de Consumo e sua chegada no Brasil

A história da legislação consumerista tem origem nos Estados Unidos da América, após John Kennedy, em 15 de março de 1962, fazer um pronunciamento ao Congresso norte americano e elencar as principais questões consumeristas como a segurança de bens e serviços e direito a preços justos.

Com a Revolução Industrial, houve o crescimento das relações de consumo vez que os negócios deixaram de ser interpessoal de produtores diretamente para consumidores, e passou a ser pluripessoal e difuso num período que ficou conhecido como “movimento consumerista” (Xavier, 2016:1-2).

As relações de consumo existem desde o momento em que o comércio passou a existir, e desde o primórdio é pautado na boa-fé, que enraizou em nossa legislação pátria com a promulgação da Carta Magna de 1988. Este é o pensamento de Eliana de Andrade Rodrigues:

“O desenvolvimento da sociedade faz aprimorar o comércio, transformando uma sociedade em que o comércio era realizado para subsistência para um comércio de consumidores. A atividade econômica mantém profunda ligação com a estrutura jurídica do sistema, vez que compete à Lei situar o homem, a empresa e a sociedade diante do poder político e da natureza, definindo seus direitos e suas responsabilidades e também fixando as balizas dentro das quais poderá ser exercida a liberdade de ação de cada um dos agentes da atividade econômica. (Rodrigues, 2010:1-2)”

No Brasil, algumas discretas proteções ao consumidor são observadas desde os tempos da monarquia, contudo, somente a partir da década de 70 é que são, efetivamente, criadas diversas leis que regulam as relações consumeristas, além das entidades governamentais voltadas para este fim como o Conselho de Defesa do Consumidor (CONDECON) em 1974 no Rio de Janeiro, a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor (ADOC) em 1976 em Curitiba, dentre outras.

Porém, é a partir de meados da década de 80 que o consumidor brasileiro desperta para direitos consumeristas principalmente causada pelos problemas econômicos gerado pela implantação do plano cruzado (Cavaliere Filho, 2011:7).

Com a chegada da Constituição Federal de 1988, é dado maior importância às relações de consumo, consagrando a proteção ao consumidor como garantia constitucional.

4.2 O Advento da Constituição Federal de 1988

No dia 05 de outubro de 1988 foi promulgada a nossa Constituição Federal que trouxe grandes avanços na proteção a direitos e garantias individuais.

Conforme discurso do então deputado Victor Crespo, *“a nova Constituição brasileira é moderna e avançada, fonte de paz e progresso, em sintonia com a mentalidade e vontade dominante de uma população pacífica”*.

Dentre os avanços e proteções elencadas na nova Constituição, a proteção ao consumidor como garantia constitucional e princípio norteador da atividade econômica ganhou grande relevância. Na verdade, a constituição deixa uma mensagem imperativa ao Estado, afirmando que “O Estado promoverá a defesa do consumidor”.

Segundo a lição do Prof. José Afonso da Silva (2002, p.261-262), com a inserção dessa cláusula de tutela entre os direitos fundamentais, os consumidores foram erigidos à categoria de titulares de direitos constitucionais fundamentais.

Seguindo a premissa constitucional, o Artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitória assim determinou: “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.” Ou seja, o referido dispositivo não só estabeleceu prazo para que a lei consumerista fosse elaborada, como também lhe deu a denominação de Código de Defesa do Consumidor.

Assim, em 1990, foi designado pelo Ministério da Justiça uma comissão de juristas para elaborar o anteprojeto que se transformaria no Código de Defesa do Consumidor. Assim, em 11/09/1990, o então presidente da República Fernando Collor de Mello sancionou a Lei 8.078/90 – o Código de Defesa do Consumidor.

5. DESENVOLVIMENTO. As relações de consumo antes do Código de Defesa do Consumidor

As relações consumeristas no Brasil foram, por longas décadas, reguladas em sua grande maioria pelo Código Civil de 1916. Na falta de um norteador para as relações de consumo, a aplicabilidade da legislação prevista era precária do ponto de vista dos consumidores que, historicamente, é a parte mais vulnerável na relação de consumo.

Com a falta de amparos legais, o consumidor, quando se via lesado na relação consumerista, relutava em buscar as vias legais para se ver ressarcido de seu prejuízo, seja material, seja moral.

O fornecedor de produto ou serviço não se via obrigado a reparar os danos causados ao consumidor de qualquer ordem. Nem mesmo a atuação do Procon, muito limitada à época diga-se de passagem, servia como ferramenta coercitiva ou meio facilitador na difícil ponte entre o consumidor prejudicado e o fornecedor.

E não era incomum as mais diferentes práticas abusivas praticadas por fornecedores de produtos antes do advento da lei consumerista. Apenas para exemplificar, prazo de validade dos produtos não eram evidenciados em suas embalagens, propagandas com o fito de iludir o consumidor eram veiculadas sem qualquer temor de represália mas, de acordo com o Dr. Marcelo Sodré que foi membro da diretoria do Procon-SP, um dos problemas mais recorrentes à época era em razão do leite.

Conforme informou em entrevista dada ao UOL, “o leite era vendido apenas com a informação de que valia até segunda, terça, quarta etc. No Procon, tínhamos muitos casos de leite que tinha vencido na semana anterior, mas era descongelado e colocado à venda de novo como se ainda estivesse no prazo”. (SODRÉ, 2015)

Assim, enquanto se via o exponencial crescimento do comércio na segunda metade dos anos 80, impulsionado, principalmente, pelo início da redemocratização no país, também se percebeu que medidas deveriam ser tomadas no trato com o consumidor dentro das relações criadas.

Não se podia mais não querer enxergar o que saltava aos olhos, razão pela qual a Constituição Federal de 1988 passou a garantir a proteção ao consumidor, até que no ano de 1990, foi designado pelo Ministério da Justiça uma comissão de juristas para elaborar o anteprojeto que se transformaria no Código de Defesa do Consumidor.

5.1 Os primeiros entraves da nova lei consumerista.

Uma lei com a premissa de salvaguardar os direitos dos mais vulneráveis e obrigar grandes fornecedores a cumprirem novas diretrizes sob pena de responder judicialmente pelos ilícitos, de certo não seria bem recebido por todas as camadas produtivas da sociedade.

Diversos segmentos mostraram-se contrários aos artigos esculpidos no então novo diploma legal e manifestaram repúdio tais como bancos e empresas alimentícias. Para se ter uma ideia, empresários relutaram em colocar data de validade nos produtos, alegando ser absurdo imprimir tal informação em todas as embalagens e, ainda, que tal informação contaminaria a mensagem publicitária.

Outro setor que relutou em se adequar as normas consumeristas foi o bancário. Neste caso, a discussão acerca do setor se enquadrar ou não no conceito de fornecedor de serviços, na forma que disciplina o Art. 3º, § 2º do CDC, só terminou em 2006, ou seja, 16 anos após a promulgação do CDC.

Isto se deu em razão do setor ter ajuizado a Ação Direta de Inconstitucionalidade –ADIn 2591, pugnando pelo fim da aplicação do CDC às atividades bancárias, alegando que a suposta inconstitucionalidade consubstanciava-se na ofensa ao Art. 192 da Constituição Federal de 1988.

Em suma, alegou a representação do setor que a regulação do Sistema Financeiro Nacional seria matéria de lei complementar e não lei ordinária, como é o caso do CDC. Fora aduzido, ainda, ofensa ao princípio da razoabilidade uma vez que instituições financeiras não poderiam ser confundidas com fornecedores de produtos e serviços pois não poderiam garantir a boa qualidade de sua mercadoria, que é o dinheiro ou moeda, produzida e garantida pelo Estado.

Argumentaram, outrossim, que não poderia ser exigido dos bancos concessão de crédito a todas as pessoas, pois a relação creditícia é baseada na confiança do cliente sob pena do banqueiro ser acusado de gestão temerária.

O julgamento da ADIn teve início em abril de 2002 e teve seu fim em junho de 2006 quando o Plenário do STF formou maioria e julgou improcedente o pedido formulado pela Confederação Nacional das Instituições Financeiras, firmando o entendimento de que “ As relações de consumo de natureza bancária ou financeira devem ser protegidas pelo CDC”.

O então ministro Cezar Paluso categorizou que o CDC não veio para regular as relações entre as instituições do Sistema Financeiro Nacional e os cliente sob o ângulo estritamente financeiro, mas sim para dispor sobre as relações de consumo entre bancos e clientes.

A decisão foi muito comemorada pelos órgãos ligados à defesa do consumidor que enxergaram uma vitória para a classe consumidora, mesmo se passando tanto tempo entre a promulgação da lei consumerista e a conclusão do julgamento da ADIn.

Este foi um dos primeiros grandes desafios, nestes trinta anos, e que o consumidor saiu vitorioso. Mas a batalha é diária para que não haja retrocesso quanto as conquistas alcançadas.

5.2 Os principais avanços na proteção ao consumidor.

A Lei 8078/90, sem sombras de dúvidas, trouxe uma ampla proteção ao consumidor, conforme se verá detalhadamente nas próximas linhas deste projeto. Preocupou-se o legislador em sintetizar os direitos básicos do consumidor no Art. 6º do CDC, explicitando cada um dos direitos ali elencados em lugar próprio.

Os direitos básicos do consumidor, tal qual como elencados no Art. 6º do CDC, são as linhas mestras do ideal a ser seguido na proteção das incolumidades física, psíquica e econômica dos consumidores, conforme conclui Hélio Zaghetto Gama *in Curso de direito do consumidor, 2.ed., Forense, 2004, p.50.*

O Artigo 6º do CDC é assim disposto:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

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;

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

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado) ;

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do caput deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015). (BRASIL, 1990)

O inciso I da supracitada norma garante a proteção a vida e a saúde do consumidor, entre outros aspectos. Conforme narrado acima, no passado, era prática comum encontrar nos supermercados produtos sem informações nutricionais, composição e, principalmente, sem prazo de validade.

Segundo a chefe do Procon do Paraná, Claudia Silvano, “É simples exemplificar isso a partir de questões do cotidiano. Antes da existência do CDC, havia produtos no mercado sem prazo de validade e sem indicação de sua composição. Quando pensamos no Código, geralmente associamos à proteção do patrimônio do consumidor, mas não é esse o aspecto mais relevante, e sim a proteção de sua vida, saúde e segurança”. (SILVANO, 2020)

Outro ponto que, sem dúvidas, foi um grande divisor de águas foi o inciso VIII, que dispõe sobre a facilitação da defesa dos direitos. O legislador, aqui, reconhece a hipossuficiência do consumidor – parte mais vulnerável na relação de consumo, perante o fornecedor, detentor do conhecimento técnico e econômico.

Para igualar esta desvantagem é que o CDC toma as rédeas e invoca a possibilidade da inversão do ônus da prova, ou seja, por mais que a prova seja ônus de quem acusa, nos casos regidos pelo CDC recairá sobre o fornecedor o ônus da prova, quando verossímil a alegação do consumidor e/ou em face de sua hipossuficiência.

Conforme ensina Sergio Cavalieri Filho (2011, p.106) “A finalidade do dispositivo em questão é muito clara: tornar mais fácil a defesa da posição jurídica

assumida pelo consumidor, na seara específica da instrução probatória. Distanciou-se o legislador, assim, dos tecnicismos e das formalidades inúteis, conferindo autêntico caráter instrumental ao processo, na busca da verdade real e da solução justa da lide”.

Tal facilitador, contudo, não é a garantido a qualquer pedido. Isto se dá uma vez que sua concessão não é automática e somente se apresenta necessária quando o julgador constatar a verossimilhança das alegações.

Além de não ser automática a concessão, a possibilidade de inversão do ônus da prova não isenta o consumidor da produção de prova mínima de seu direito. Este é o entendimento que os Tribunais Superiores tem adotado, senão vejamos:

AGRAVO DE INSTRUMENTO. RELAÇÃO DE CONSUMO. AÇÃO DE BUSCA E APREENSÃO. DIREITO DO CONSUMIDOR. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. ART. 6º, INCISO VIII, DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. A INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA NÃO É AUTOMÁTICA, E SOMENTE SE APRESENTA NECESSÁRIA, QUANDO O JULGADOR CONSTATAR A VEROSSIMILHANÇA DAS ALEGAÇÕES, OU A HIPOSSUFICIÊNCIA TÉCNICA DO CONSUMIDOR NO CASO CONCRETO. MANUTENÇÃO DO DECISUM. 1. A inversão do ônus da prova, tendo em vista a vulnerabilidade do consumidor, destina-se a facilitar mecanismos de defesa dos seus direitos em relação aos prestadores de serviços, atendendo aos critérios estipulados no Código de Defesa do Consumidor, artigo 6º, VIII. Tal facilidade, contudo, não é automática e não isenta a parte da produção de prova mínima que ampare o seu direito; 2. Vale observar que a decisão que defere ou rejeita a inversão do ônus da prova somente se reforma se teratológica (súmula nº 227 TJRJ), valendo destacar que a inversão do ônus da prova constitui direito básico do consumidor, desde que preenchidos os pressupostos do artigo 6º, inciso VIII, do CDC. 3. Recurso não provido. (TJRJ, 2019)

Assim, resta claro que, em que pese haver um facilitador dos mecanismos de defesa, este não é automático e não exime o consumidor de provar minimamente seu direito.

Outro grande avanço que veio com a implementação do CDC foi o controle da publicidade, permeado no Art. 6º, IV do r. diploma legal.

Hoje podemos analisar com mais clareza que a publicidade não é um dever imposto ao fornecedor, mas um direito que este exerce como lhe convém. Contudo, tal conveniência deve passar pelo prisma do código de defesa do consumidor em razão de do respeito aos princípios do citado diploma legal.

Sergio Cavalieri Filho (2011, p.99) leciona sobre a influência que a propaganda é capaz de exercer sobre as mais diversas camadas da sociedade e,

por tanto, o consumidor que é bombardeado por propagandas diversas diariamente merece a proteção contra a publicidade enganosa e/ou abusiva.

O Artigo 37, §1º do CDC conceitua publicidade enganosa como qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Já o §2º do supracitado artigo define como publicidade abusiva aquela que é tida como discriminatória, que incite à violência, explore o medo ou a superstição, aproveite a deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou, ainda, permita a indução do indivíduo em comportamento prejudicial ou perigoso à saúde ou segurança.

O legislador sabendo da realidade da publicidade no Brasil e seu poder de influenciar diversas camadas da sociedade buscou assegurar os limites legais da atuação da propaganda, visando sempre assegurar o bem estar social.

Seguindo com os avanços obtidos com o advento do Código de Defesa do Consumidor, uma das conquistas foi o direito a garantia do produto, estabelecida em lei. Não há necessidade de previsão contratual, a lei garante ao consumidor o prazo de trinta dias para reclamar de bens não duráveis e noventa dias para bens duráveis.

O CDC prevê, ainda, a hipótese de vício oculto, aquela não aparente a princípio e o consumidor só percebe algum tempo após o uso. Nestes casos, o CDC assegura como marco inicial para contagem do prazo o momento da constatação do defeito.

5.3 Aplicabilidade do CDC no cotidiano e evolução jurisprudencial ao longo dos anos.

Todo cidadão, em algum momento, estará enquadrado no conceito de consumidor de determinado produto ou serviço, invariavelmente. Seja na compra em um supermercado, abastecimento de um automóvel ou compra de uma passagem aérea, todos nós, em algum momento, seremos considerados um consumidor nos termos do Art. 2º do Código de Defesa do Consumidor.

Assim sendo, em algum momento, poderão demandar perante o Poder Judiciário buscando a reparação de algum dano causado por um defeito no produto ou má prestação de um serviço.

A jurisprudência evoluiu ao longo dos trinta anos em que a lei consumerista está em vigor e sua aplicabilidade já mudou tanto positivamente quanto negativamente para as relações de consumo.

Um dos aspectos desta evolução engloba, justamente, os serviços bancários que, como vimos no início deste trabalho, demorou a se enquadrar às normas consumeristas.

Logo que promulgado o CDC, as instituições financeiras não aceitavam subordinar-se às normas do código de defesa do consumidor entendendo que os contratos bancários não seriam relação de consumo, uma vez que negociava-se o crédito e não há como consumir o dinheiro.

Conforme leciona Cláudia Lima Marques, “O produto da empresa banco é o dinheiro ou o crédito, bem juridicamente consumível, sendo, portanto, fornecedora; e consumidor o mutuário ou creditado.” E se assim é, a doutrina também evoluiu para resguardar e aplicar as regras protetivas às atividades bancárias.

Outro ponto que merece destaque foi a publicação da súmula 75 do TJERJ que assim disciplina: “O simples descumprimento de dever legal ou contratual, por caracterizar mero aborrecimento, em princípio, não configura dano moral, salvo se da infração advém circunstância que atenta contra a dignidade da parte”

A famigerada súmula ficou conhecida no meio jurídico como a “súmula do mero aborrecimento”, estruturando uma nova, e obscura, fase na legislação consumerista no país.

Primeiramente devemos entender a definição de CONTRATO: Trata-se do pacto entre duas ou mais pessoas, que se obrigam a cumprir o que foi entre elas combinado sob determinadas condições.

Partindo dessa premissa o contratante e o contratado, que se vincularam por meio do instrumento de contrato, passam a ter direitos e deveres atinentes às obrigações ali assumidas.

Quando uma das partes deixa de cumprir com o avençado no instrumento contratual, no outro nasce a lesão de um direito, nasce sentimentos como angústia, raiva, sofrimento além da conseqüente perda de tempo para tentar a solução do problema ali ocorrido.

Ocorre que por diversas vezes, a parte lesada não consegue a solução do conflito de maneira amigável pois, aquele que causa a lesão parecia ter um legitimador em seus atos perante o Judiciário.

Ao percorrer a via judicial após a tentativa de solução administrativa, o lesado – e proponente da demanda judicial – perdia longo tempo, exaustava-se com idas às audiências previstas em lei para, ao final, ver seus anseios de reparação por todo mal sofrido ser negados pelos Tribunais sob a premissa da Súmula 75.

Ora, não há como existir “simples descumprimento de dever legal ou contratual”. O descumprimento de algo avençado em contrato gera, sim, na parte prejudicada as dores e angustias de uma má prestação de serviço. Tal súmula serviu apenas para estimular as empresas a continuarem com suas atitudes tenebrosas, ao passo que fazia com que as conquistas obtidas com o advento do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/90) se esvaíssem.

Ante a repercussão que a chamada “Súmula do Mero Aborrecimento” tomou, eis que a Súmula 75 autorizou que magistrados negassem, sem fundamentação concreta, pedidos de indenização por dano moral simplesmente afirmando que o descumprimento do contrato não é capaz de gerar mais do que mero aborrecimento da vida cotidiana, é que o Ilustríssimo Desembargador Dr. Mauro Pereira Martins acatou o pedido da OAB do RJ e cancelou, em 17/12/2018, a famigerada súmula.

O entendimento do I. Magistrado é o mesmo que já pairava na cabeça de todos os operadores do direito, que a r. súmula estava servindo como legitimador de abusos de fornecedores, especialmente das grandes empresas.

Dessa forma, a fim de combater as injustiças desse cenário, doutrina e jurisprudência evoluíram para entender que o dano moral pode, sim, decorrer do inadimplemento contratual ou legal, sustentou Martins. Para isso, basta haver lesão a qualquer direito de personalidade. E não é preciso verificar a presença de violações concretas à honra subjetiva da pessoa.

Conforme afirmou o Magistrado, *“passou-se a defender a teoria objetiva do dano moral, fundada na violação a direito da personalidade, em detrimento da teoria subjetiva, na qual se enquadra o mero aborrecimento tratado pela súmula ora questionada”*. (TJRJ, Processo Administrativo nº 0056716-18.2018.8.19.0000. Relator: Des. Mauro Pereira Martins. Data da publicação: 18/12/2018, 2018).

5.4 A constante evolução da Lei Consumerista com o avanço da sociedade.

A legislação deve sempre evoluir para acompanhar os avanços da sociedade, as mudanças na tradição e no comportamento social. Não é raro falarmos de atrasos em mudanças de certas leis, tais como o código penal que, quando promulgado, foi um dos mais avançados da época, ou como o código civil que só foi alterado em 2002 e, em pleno ano 2000 ainda, pela lei, ainda que já em desuso, punia-se o concubinato.

O código consumerista, apesar de recente, também já foi, e continua sendo palco de importantes modificações, visando acompanhar a evolução da sociedade.

Se em meados dos anos 90 as principais aquisições no comércio se davam através de cheque e carnês, hoje o cartão de crédito é o principal meio de pagamento.

Se no início da década de 90 o comércio era exclusivamente presencial, hoje em dia o e-commerce preenche uma importante parcela das transações comerciais e, claro, o legislador não pode fechar os olhos a esta realidade já enraizada na vida contemporânea.

A Lei 12.965/2014 dispõe justamente sobre as relações de consumo no âmbito virtual, com o chamado Marco Civil da Internet (BRASIL, 2014) que visa estabelecer a regulamentação direta de tudo que ocorre na internet, como o e-commerce.

A referida lei fora sancionada após um longo processo de discussões públicas de opiniões acerca do interesse no tema. Ao fim, criou-se uma lei que pudesse amparar o novo momento em que o país vivia, evoluindo na forma de compra de bens das lojas físicas para a internet.

No âmbito da COVID-19, os dados mostram um verdadeiro salto nas compras através do comércio eletrônico. De acordo com dados de uma pesquisa realizada pela Mastercard e Americas Market Intelligence revelou que 46% dos brasileiros compraram mais durante a pandemia, enquanto que 7% compraram online pela primeira vez. O levantamento foi apresentado durante a nona edição do Fórum Anual de Inovação para América Latina e Caribe da Mastercard.

Num cenário de grande fluxo de consumidores que optaram por migrar quase que totalmente para o comércio eletrônico, a legislação consumerista não poderia deixar de atuar, visando todas as garantias já consagradas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Outro grande avanço na legislação se deu com a possibilidade da portabilidade no Brasil. A portabilidade pode ser numérica (a troca de número de telefone), bancária (escolher em qual instituição deseja manter um relacionamento), portabilidade de crédito e portabilidade de plano de saúde.

A possibilidade de portar, seja um número de telefone, seja o plano de saúde, de uma empresa para outra, criou no país um novo conceito de concorrência entre os setores.

Outro ponto que merece destaque é a Lei do SAC (BRASIL, DECRETO Nº 6.523., 2008) que mudou a forma de tratamento a qual o consumidor é submetido, criando importantes regras na atuação do setor.

A Lei foi criada em razão da percepção pelos Procons da alta demanda de reclamações relacionadas ao atendimento via telefone. Era normal a ligação ser interrompida no meio do atendimento, a espera por vários minutos até ser atendido por um preposto da empresa, a quase impossibilidade do cancelamento de um serviço, dentre outros absurdos.

O Decreto Lei 6.523/08 regulamentou o Código de Defesa do Consumidor e fixou normas gerais sobre o SAC por telefone visando a proteção do consumidor contra práticas lesivas e abusivas impostas no fornecimento desses serviços.

O quesito que merece atenção foi a imposição de atendimento 24 horas, 7 dias por semana. O Art. 5º do mencionado Decreto estabelece que o SAC estará disponível ininterruptamente, salvo disposto em normas específicas.

Este regime de atendimento serve para todas as empresas que fornecem seus serviços ininterruptamente, como companhia de luz, água e gás, por exemplo.

Outro ponto importante que adveio com a criação deste Decreto Lei foi a necessidade de resolução de contestações no prazo de 05 dias.

O protocolo deve ser gerado no início do atendimento e o cliente deverá ter seus esclarecimentos no ato da ligação, contudo, em caso de necessidade de averiguação interna, uma resposta deverá ser dada em até cinco dias.

Em que pese todas as conquistas, o ponto mais festejado da Lei do SAC foi a garantia de atendimento em sessenta segundos, estabelecido no §1º do Art. 10 da supracitada norma. Tal obrigação é flexibilizada para bancos e fornecedoras de energia em situações emergenciais, mas, em regra, o prazo referencial de sessenta segundos deve ser cumprido por todas as empresas. Um ganho para o consumidor

que antes se via obrigado a passar intermináveis horas pendurado ao telefone na tentativa de resolução de seu problema.

5.5 A consagração do diálogo na resolução de conflitos

Outro importante ganho com a evolução do código de defesa do consumidor foi a consagração do diálogo nas demandas, evitando por muitas vezes o ajuizamento de ações e resolvendo na esfera administrativa.

Desde antes da criação do CDC, já existia a preocupação de salvaguardar os direitos, ainda que minimamente existentes, dos consumidores.

Na segunda metade da década de 70, em São Paulo, foi criado o primeiro PROCON com o objetivo de intermediar as discussões entre consumidores e fornecedores sem a necessidade de postular demanda judicial.

O órgão funciona como uma espécie de mediador de conflitos, buscando solucionar uma crise antes que se instaure mais uma ação no já assoberbado Poder Judiciário.

Caso não haja sucesso na resolução de conflitos, a demanda segue para o Juizado Especial Cível, que comporta as ditas “pequenas causas” para que o Judiciário aplique as normas do CDC a cada caso concreto e resolva a questão.

Embora a criação dos PROCONs datem de antes do Código de Defesa do Consumidor, foi a legislação consumerista que estabeleceu que os Procons façam parte integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Mais recentemente, com a intermediação da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) foi criado o consumidor.gov, uma plataforma digital visando a mediação de conflitos entre empresas e consumidores, guardando similitude com os Procons haja vista que seu objetivo também é evitar a judicialização de processos.

A monitoria desta plataforma, inclusive, se dá pelo Procon e pela Senacon. É mais um passo na evolução para que o diálogo prevaleça.

6. Conclusão

O traçado histórico demonstra que as conquistas advindas com a implementação do código de defesa do consumidor, em cada época, foi, e é, muito importante para a harmonia social nas relações consumeristas.

Ao longo dos anos, diversas foram as conquistas e muitas barreiras ultrapassadas a fim de consagrar a proteção ao consumidor nas relações de consumo.

A proteção a vida, pouco observada em regra geral, está mais presente do que se imagina. Impensável é, nos dias de hoje, consumir um produto que não rotule sua composição, informação nutricional e, principalmente, data de validade.

Impensável é, nos dias atuais, adquirir um produto sem garantias de que funcione ao que se propõe. Ou em caso de defeito não ter onde socorrer-se.

Nestes trinta anos de existência, o Código de Defesa do Consumidor mudou as relações de consumo, mudou a forma como fornecedores de bens e serviços enxergavam seus consumidores. Compulsoriamente ou não, tiveram que se adequar a tratá-los com o mínimo de respeito e dignidade que sempre mereceram, mas que o capitalismo exacerbado, por vezes, encobria.

Ao perceber que os consumidores passaram a ter voz e a ter direitos, o trato da sociedade consumerista se modificou. Embora ainda não atinja o máximo de eficiência, o “lado fraco” para onde a corda sempre tendia a arrebentar passou a ter que o protegesse.

Retrocessos ainda ocorrem, conforme tratamos da Súmula 75 do TJRJ, contudo, após anos de sua aplicação indiscriminada, fora abolida. Isto quer dizer que, mesmo que, em algum momento, ocorram mudanças pontuais que ponham em cheque os avanços protetivos da lei consumerista, grandes operadores do direito estarão prontos para atuar e reverter cenários obscuros.

Ante ao todo exposto, pode-se afirmar sem qualquer dúvida que o CDC foi o norteador, o divisor de águas, nas relações de consumo e que está pronto para se adequar as necessidades futuras, caminhando em harmonia com as mudanças sociais.

Comemoremos esta conquista, que é nossa, pois todos, em algum momento, seremos consumidores. E que bom saber que, na frustração, temos a lei ao nosso lado. Que venham os próximos 30 anos!

7. Referências Bibliográficas

CAVALIERI FILHO, Sérgio. Programa de Direito do Consumidor. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SILVA, José Afonso da. Aplicabilidade das normas constitucionais. 6ª Ed. São Paulo: Editora Malheiros, 2002.

MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor. 3ªed, p.202, 1999.

BRASIL. (11 de 09 de 1990). *LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990*. Acesso em 20 de 04 de 2021, disponível em Planalto:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm

BRASIL. (31 de 07 de 2008). *DECRETO Nº 6.523*. Acesso em 20 de 04 de 2021, disponível em Planalto: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/decreto/d6523.htm

BRASIL. (23 de 04 de 2014). *LEI Nº 12.965, DE 23 DE ABRIL DE 2014*. Acesso em 2021 de 04 de 20, disponível em Planalto:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm

SILVANO, C. (10 de 09 de 2020). *Especialistas apontam avanços e desafios na defesa dos consumidores*. Acesso em 19 de 04 de 2021, disponível em MPPR - Ministério Público do Paraná:

<https://mppr.mp.br/2020/09/22957,10/Especialistas-apontam-avancos-e-desafios-na-defesa-dos-consumidores.html#>

SODRÉ, M. (11 de 09 de 2015). *Código do Consumidor faz 25 anos; você lembra como era a vida antes dele?* Acesso em 19 de 04 de 2021, disponível em UOL: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2015/09/11/codigo-do-consumidor-faz-25-anos-voce-lembra-como-era-a-vida-antes-dele.htm>

TJRJ. (18 de 12 de 2018). *Processo Administrativo nº 0056716-18.2018.8.19.0000*. Relator: Des. Mauro Pereira Martins. Data da publicação: 18/12/2018. Acesso em 19 de 04 de 2021, disponível em Conjur: <https://www.conjur.com.br/dl/leia-decisao-tj-rj-cancelou-sumula-mero.pdf>

TJRJ. (15 de 05 de 2019). *AGRAVO DE INSTRUMENTO : AI 0017538-28.2019.8.19.0000*. Relator: Des. Luiz Fernando de Andrade Pinto. Data de Julgamento: 15/05/2019. Acesso em 19 de 04 de 2021, disponível em

JusBrasil: <https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/713167883/agravo-de-instrumento-ai-175382820198190000>

TJRJ. (15 de 05 de 2019). *AGRAVO DE INSTRUMENTO : AI 0017538-28.2019.8.19.0000*. Relator: Des. Luiz Fernando de Andrade Pinto. Data de Julgamento: 15/05/2019. Acesso em 19 de 04 de 2021, disponível em JusBrasil: <https://tj-rj.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/713167883/agravo-de-instrumento-ai-175382820198190000>