



unifaema

CENTRO UNIVERSITÁRIO FAEMA – UNIFAEMA

LUCIANA GOMES GUIMARÃES

**ANÁLISE DO ABUSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS E
SERVIÇOS NO BRASIL**

**ARIQUEMES - RO
2023**

LUCIANA GOMES GUIMARÃES

**ANÁLISE DO ABUSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS E
SERVIÇOS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Direito do Centro Universitário FAEMA – UNIFAEMA como pré-requisito para obtenção do título de bacharel em Direito.

Orientador (a): Prof. Dra. Camila Valera Reis Henrique.

**ARIQUEMES - RO
2023**

FICHA CATALOGRÁFICA
Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

G963a Guimaraes, Luciana Gomes.
Análise do abuso de direito do consumidor de produtos e serviços no Brasil. / Luciana Gomes Guimaraes. Ariquemes, RO: Centro Universitário Faema – UNIFAEMA, 2023.
41 f.
Orientador: Prof. Me. Camila Valera Reis Henrique.
Trabalho de Conclusão de Curso – Graduação em Direito – Centro Universitário Faema – UNIFAEMA, Ariquemes/RO, 2023.

1. Direito do Consumidor. 2. Abuso de direito. 3. Responsabilidade Civil. 4. Jurisprudência. I. Título. II. Henrique, Camila Valera Reis.

CDD 340

Bibliotecária Responsável
Herta Maria de Açucena do N. Soeiro
CRB 1114/11

LUCIANA GOMES GUIMARÃES

**ANÁLISE DO ABUSO DE DIREITO DO CONSUMIDOR DE PRODUTOS E
SERVIÇOS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Direito do Centro Universitário Faema – UNIFAEMA como pré-requisito para obtenção do título de bacharel em Direito.

Orientador (a): Prof. Camila Valera Reis Henrique.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Camila Valera Reis Henrique
Unifaema

Prof. Dr. Everton Balbo dos Santos
Unifaema

Prof. Dr. Fernando Correa dos Santos
Unifaema

**ARIQUEMES – RO
2023**

*Dedico este trabalho a Deus, pela
brilhante oportunidade que me
concedeu, a minha família e
amigos, que me apoiaram e
incentivaram a seguir em frente
com meus objetivos.*

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer à Deus, pois sem ele a realização deste sonho jamais seria possível.

Imensamente agradecida a meu Esposo Paulo Fernandes Guimaraes e minha filha preferida Parllen Gomes Fernandes, pela compreensão e ajuda durante estes cinco anos, pois o apoio destes foram de fundamental importância para que pudesse concluir esta graduação.

Agradeço a minha querida mãe Creuzeni Gomes Fonseca que sempre me apoiou e me incentivou a não desistir a fim de que pudesse atingir a realização deste sonho de infância.

Agradeço a profissional Dra. Bruna Leticia Galloto, que me concedeu a oportunidade de adquirir mais conhecimento.

Agradeço aos meus amigos em especial ao Sergio dos Santos Oliveira, Ana Lucia de Paula, Vanessa Dias dos Santos, Rita Amaro, Daiane Fontes, Oseias Dias que sempre me ajudaram a superar meus medos e obstáculos.

Agradeço imensamente ao minha professora orientadora Camila Valera Reis Henrique, por ter contribuído para que este trabalho fosse concluído.

Enfim, a todos aqueles que contribuíram direta ou indiretamente para a realização de mais um sonho.

“A grandeza não está em ser forte, mas no uso correto da força. Grande é aquele cuja força conquista mais corações pela atração do próprio coração”.

(Henry Ward Beecher).

RESUMO

O trabalho de conclusão de curso teve como tema a análise do abuso de direito do consumidor de produtos e serviços no Brasil. Muito se fala sobre os direitos do consumidor e os abusos praticados pelo fornecedor, mas não se pode anular o fato de que, em alguns casos, o próprio consumidor pode agir de má-fé, prejudicando o fornecedor. O estudo se justificou na necessidade de aprofundamento teórico a respeito do tema, de forma a evidenciar que o consumidor também pode agir de má-fé, cometendo abuso de seu direito. A problemática que se pretendeu responder foi: sendo configurada a má-fé do consumidor por meio do abuso de direito, é possível que haja a responsabilização civil do consumidor? O objetivo geral do presente estudo foi apontar a possibilidade de abuso de direito, por meio da má-fé por parte do consumidor. Os objetivos específicos consistiram em compreender o histórico do direito do consumidor, a definição de consumidor e fornecedor a partir da compreensão da relação de consumo, e realizar um estudo jurisprudencial a respeito de casos em que houve a comprovação da má-fé do consumidor. A pesquisa seguiu o método dedutivo e a metodologia de pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Abuso de direito. Consumidor. Má-fé.

ABSTRACT

The subject of the course completion work was the analysis of consumer rights abuse of products and services in Brazil. Much is said about consumer rights and the abuses practiced by the supplier, but one cannot overrule the fact that, in some cases, the consumer himself may act in bad faith, harming the supplier. The study was justified by the need for theoretical deepening on the subject, in order to show that the consumer can also act in bad faith, committing abuse of his right. The problem that was intended to be answered was: being configured the bad faith of the consumer through the abuse of rights, is it possible that there is civil liability of the consumer? The general objective of the present study was to point out the possibility of abuse of rights, through bad faith on the part of the consumer. The specific objectives consisted of understanding the history of consumer law, the definition of consumer and supplier based on the understanding of the consumption relationship, and carrying out a jurisprudential study regarding cases in which there was proof of consumer bad faith. The research followed the deductive method and the methodology of bibliographical research.

Keywords: Abuse of rights. Consumer. Bad faith.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	13
1.1 O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL: DELIMITAÇÃO HISTÓRICA	13
1.2 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS.....	17
2 DA RELAÇÃO CONSUMERISTA NO DIREITO BRASILEIRO E SEUS OBJETIVOS	20
2.1 O CONSUMIDOR	21
2.2 O FORNECEDOR.....	23
2.3 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR.....	24
2.4 OS DIREITOS DOS FORNECEDORES.....	27
3 A MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	28
3.1 A BOA-FÉ COMO CONCEITO ÉTICO-SOCIAL.....	28
3.2 A BOA-FÉ OBJETIVA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	29
3.3 A MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR E O ABUSO DE DIREITO CONSUMERISTA.....	30
3.4 ANÁLISE DE CASOS CONCRETOS.....	33
CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS.....	38

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de conclusão de curso versa sobre o direito do consumidor, e se delimita na discussão relativa ao uso da má-fé e do abuso de direito por parte do consumidor, com a finalidade consciente ou não se prejudicar o fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor é uma inovação legislativa necessária, é inegável que o consumidor, de modo geral, ocupa posição de vulnerabilidade na relação consumerista, e foi essa a justificativa para a edição dessa codificação especial. Essa vulnerabilidade é presumida em decorrência da disparidade de poder entre as partes, onde o fornecedor possui maior capacidade financeira do que o consumidos. Importante destacar que essa é a presunção legal, e se trata de regra geral, e não absoluta.

Logo, em alguns casos, o consumidor pode se utilizar da proteção a ele conferida, e abusar do seu direito. Exemplifica-se o ato de o consumidor fazer mal uso de um eletrônico por ele adquirido, e em razão de problemas técnicos ocasionados pelo mau uso, pleiteia a sua troca, prejudicando diretamente o fornecedor. Nessa situação, pela presunção de vulnerabilidade do consumidor, o mesmo terá maiores chances de “ganhar” essa discussão, o que não se mostra justo.

A relação consumerista exige a boa-fé de ambos (consumidor e fornecedor), a boa-fé é, inclusive, um princípio norteador do direito do consumidor, bem como do direito contratual de forma geral. Quando esse princípio é violado, é importante que o equilíbrio da relação consumerista seja retomado, a partir da adoção de medidas necessárias, como a responsabilização civil, por exemplo.

Logo, é comum que haja a responsabilização civil do fornecedor, tendo em vista a proteção exacerbada conferida ao consumidor, onde se presume quase que de forma absoluta que o consumidor é sempre o lesado. Mas a recíproca também deve ser verdadeira, se o consumidor age de má-fé, ele deve ser responsabilizado.

O direito do consumidor deve ser encarado de forma ampla, considerando todas as nuances da relação consumerista, e a boa intenção do consumidor em suas reclamações e pleitos, não devem ser presumidos sempre como idôneos, todas as nuances do requerimento do mesmo devem ser analisadas.

Assim, o estudo se justifica na necessidade de aprofundamento teórico sobre o tema, tendo em vista que o direito do consumidor, de forma rotineira, é sempre

voltado para discussões atinentes aos abusos cometidos pelo fornecedor. Raramente são encontrados estudos e pesquisas a respeito da má-fé dos consumidores.

A problemática que se pretende responder é a seguinte: sendo configurada a má-fé do consumidor por meio do abuso de direito, é possível que haja a responsabilização civil do consumidor?

O estudo, nesse sentido, irá contribuir positivamente para que a sociedade entenda que mesmo existindo uma norma especial e amplamente protetiva, o consumidor não tem aval para práticas abusivas e que prejudiquem o fornecedor.

O objetivo geral do presente estudo é apontar a possibilidade de abuso de direito, por meio da má-fé por parte do consumidor. Os objetivos específicos consistem em compreender o histórico do direito do consumidor, a definição de consumidor e fornecedor a partir da compreensão da relação de consumo, e realizar um estudo jurisprudencial a respeito de casos em que houve a comprovação da má-fé do consumidor.

O trabalho será estruturado em três capítulos distintos. O primeiro capítulo se destinará à compreensão do Código de Defesa do Consumidor, a partir da sua delimitação histórica, delimitação conceitual e principais características. No segundo capítulo será realizado um estudo a respeito da relação de consumo, com destaque para os seus sujeitos: o consumidor e o fornecedor. Por fim, no terceiro e último capítulo será realizado um estudo a respeito da utilização da má-fé e abuso de direito por parte do consumidor, e sua possível responsabilização.

O trabalho seguirá o método dedutivo, e a metodologia de pesquisa bibliográfica, e toda a fundamentação será retirada de livros e artigos sobre o tema, e temas correlatos, também será realizada pesquisa jurisprudencial.

1 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Compreender qualquer tema relacionado ao direito do consumidor impõe a compreensão prévia do surgimento da sua proteção no cenário jurídico brasileiro. Como é notório, o direito do consumidor é regulado pelo Código de Defesa do Consumidor, que ingressou no ordenamento jurídico brasileiro no final do século passado (NUNES, 2010).

O advento dessa codificação protetiva tem alguns marcos importantes, e que devem ser estudados. Assim, nesse primeiro capítulo o trabalho se propõe a realizar um estudo detalhado a respeito do Código de Defesa do Consumidor e da proteção do consumidor no Brasil (NUNES, 2010).

1.1 O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL: DELIMITAÇÃO HISTÓRICA

Inicia-se a presente pesquisa com um estudo acerca da origem histórica e evolução do direito do consumidor no Brasil. Pretende-se, com esse estudo, entender o regramento do Código de Defesa do Consumidor e como foi a sua formulação e integração ao ordenamento jurídico brasileiro. É comum que os Estados soberanos tenham diplomas legais que tratem sobre as normas consumeristas, e com o Brasil não é diferente, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é o documento legais mais relevante referente ao tema (MIRAGEN, 2016).

Assim, de acordo com os ensinamentos de Filomeno (2018), a própria estruturação do Estado como sociedade política revela, além da organização do poder social por meio do ordenamento jurídico (direito positivado), a disciplinação dos meios de produção com vistas ao consumo. Com a globalização, as relações de consumo se ampliaram e ganharam novos espaços, se tornando imperativa a sua regulamentação e proteção.

Com as transformações sociais advindas no final do século XIX, surge, portanto, a denominada “sociedade de consumo” (*mass consumption society*), momento em que a produção manual de bens é substituída pela mecanização e produção em massa (BASTOS; SILVA, 2016).

Com foco em aspectos históricos, no Brasil, a partir dos anos 1960 começou a ser discutida a temática do direito do consumidor, e a necessidade de sua

regulamentação, e o ponto de partida dessa discussão foi o surgimento da industrialização, os reflexos da Revolução Industrial, bem como, com o início das crises econômicas que assolaram o país (BASTOS; SILVA, 2016).

Nota-se que a globalização foi de extrema importância para a normatização da proteção do consumidor, e foi nesse novo contexto econômico dominado pela modernidade, que a dimensão do consumo e das normas se ampliaram consideravelmente. Nas palavras de Tratuze (2021) O Código de Defesa do Consumidor é norma que tem relação direta com a terceira geração, era ou dimensão de direitos.

Os primeiros órgãos que foram responsáveis por realizar a defesa do consumidor, surgiram em meados dos anos 1970. Esses primeiros órgãos foram a Associação de Proteção ao Consumidor em Porto Alegre, a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, que atualmente é a Fundação PROCON São Paulo. Todos os órgãos precederam a codificação consumerista, mas já garantiam, de certa forma, a proteção do consumidor (ALMEIDA, 2017, p. 01).

Posteriormente foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, mais precisamente no ano de 1985, com a finalidade de auxiliar o presidente da república na elaboração de políticas nacionais sobre direito do consumidor. Nota-se o constante movimento político para alcançar a normatização do consumo (ALMEIDA, 2017, p. 01).

A criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDIC), merece especial destaque, pelo fato de que foi solicitada à comissão de juristas, a criação do anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor, tendo sido aprovado no ano de 1989, e elaborado por José Geraldo Brito Filomeno, Daniel Fink, Ada Pellegrini Grinover, Zelmo Denari e Kazuo Watanabe, grandes nomes do direito brasileiro. Após algumas modificações e movimentações políticas, esse anteprojeto passou a ser o atual Código de Defesa do Consumidor (SILVA NETO, 2013).

É nesse sentido que o autor Orlando Celso da Silva Neto (2013) enfatiza que, na época, muitos políticos reivindicaram a criação do Código de Defesa do Consumidor, e por esse motivo, há certa dúvida a respeito de sua “paternidade”, conforme pode ser visto:

Há certa discordância sobre a paternidade do Código. Como curiosidade histórica, vários políticos se arvoraram na qualidade de autores do Código de

Defesa do Consumidor, o que, de certo modo é justificado, uma vez que, como bem explicam Ada Pellegrini Grivoner Antônio Herman de Vaconcellos e Benjamin, foram pelo menos seis os projetos baseados total ou parcialmente nos trabalhos realizados pela comissão apontada pelo CNDC. (SILVA NETO, 2013, p. 09)

De fato, como destaca o autor, essa confusão a respeito da “paternidade” do CDC é compreensível, já que vários políticos idealizaram projetos que, de certa forma, influenciaram no texto atual do Código. Muito embora essa discussão, do ponto de vista político, seja compreensível, na realidade social, não importa quem foi o idealizador do CDC, importa mesmo é a proteção e segurança jurídica conferida pelo mesmo (SILVA NETO; 2013).

Em todo caso, o Código de Defesa do consumidor se tornou um modelo legislativo em toda a América Latina, servindo como modelo para vários outros países, como se vê:

Em resumo, o CDC apresenta-se como uma obra comparatista, atualizada para o século XXI, com permeabilidade e criatividade. Adaptou conceitos indeterminados, incluiu normas narrativas e cláusulas gerais, e assim permitiu um desenvolvimento jurídico original (*Rechtsfortbildung*) do direito privado brasileiro. O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990), que entrou em vigor em 11 de março de 1991, representa um dos esforços comparatistas de maior sucesso, tornando-se modelo na América Latina (BENJAMIN, *et. al.*, 2021, p. 107).

A temática consumerista também encontra-se relacionada com o próprio Direito Constitucional. Observa-se que a Constituição Federal de 1988 trouxe diversos direitos e garantias fundamentais para o ordenamento jurídico brasileiro, dentre esses direitos e garantias encontra-se a defesa do consumidor, notadamente em seu artigo 5º, inciso XXXII (NUNES, 2010).

A Constituição Federal estruturou-se de forma a fazer com que fosse possível a construção, no ordenamento jurídico brasileiro, de um sistema de proteção às relações consumeristas. O constituinte fez a opção de incluir essa proteção no rol de direitos fundamentais. “O consumidor que até então não tinha vez, não tinha direitos, era apenas um número nas relações de consumo, passou a ser titular de direito fundamental” (CAVALIERI FILHO, 2019, p. 22).

Importante mencionar que o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, em seu artigo 48 estabelece que o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, estaria incumbido de elaborar um Código de Defesa

do Consumidor. Assim, a edição do CDC também se deve a exigência realizada pelo constituinte (THEODORO JUNIOR, 2021).

O Código de Defesa do Consumidor só veio a surgir no ano de 1990, tendo sido instituído pela Lei Federal de número 8.078. Assim, é notável que durante a época em que não havia um diploma que dispusesse a respeito dos direitos dos consumidores, estes eram protegidos pelas regras contidas no Código Civil de 1916, vigente à época. (NUNES, 2011)

O legislador, na elaboração do CDC, se inspirou em legislações estrangeiras, especialmente no Projeto de Código do Consumo Francês, bem como nas leis gerais da Espanha, de Portugal e do México e nas Diretivas do Direito comunitário europeu (THEODORO JUNIOR, 2017).

O resultado, como visto, foi uma codificação que serviu como modelo em toda a América Latina, se constituindo de efetividade. Observa Nunes (2010) que a lei 8078 de 1990 tinha que existir, pois já encontrava-se atrasada. O Código Civil de 1916, bem como as demais normas do regime privatista, já não davam conta de lidar com as situações consumeristas tipicamente de massa. Ou seja, a edição do CDC veio tardiamente, e deveria ter ocorrido bem antes. Mas de toda forma, sua edição ocorreu, e hoje é de extrema importância social e jurídica.

Assim, a doutrina explica que a preocupação com os direitos do consumidor decorre da constatação da fragilidade do mesmo:

A preocupação, relativamente recente, dos países e organismos internacionais com a defesa do consumidor decorre da constatação de que sua fragilidade intensificou-se na mesma proporção do processo de industrialização ocorrido nas últimas décadas. O consumidor tem deixado de ser uma pessoa para tornarse apenas um número no processo de produção e circulação de bens. Surgem, diariamente novas técnicas e procedimentos abusivos de venda de produtos e serviços. As publicidades, a cada dia, informam menos e enganam mais, chegando a criar necessidade de compra de bens diversos. Os contratos, em vez de ser discutidos em sua fase de formação, já vem prontos e com várias disposições que se traduzem em vantagens exageradas para o fornecedor. [...] (BESSA, 2004, p.26).

Como ressalta o autor, o consumidor é pessoa frágil/vulnerável, motivo pelo qual necessitava de legislação protetiva específica, fato que é inegável. No entanto, não se pode desconsiderar que, em decorrência do amplo leque de direitos oferecidos

ao consumidor, o mesmo pode se utilizar da má-fé na condução da relação consumerista (TARTUCE; NEVES, 2017).

Compreender o histórico do Direito do Consumidor foi importante pra estabelecer a evolução dos seus direitos. Nesse trabalho, não se pretende anular os direitos dos consumidores, mas sim questionar práticas abusivas realizadas por eles. Colocar um determinado grupo de pessoas como vulneráveis, como é o caso dos consumidores, não exclui o fato de que pode haver o abuso de direito por eles. Ademais, isso será estudado em momento pertinente (TARTUCE; NEVES, 2017).

1.2 PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS

O Código do Consumidor não surge somente para atualizar a legislação até então existente - ou não, já que as questões relativas à relação de consumo eram reguladas pelo Código Civil de 1916, mas surgiu para criar um novo direito, e inovar no ordenamento jurídico brasileiro (BENJAMIN, *et. al.*, 2021).

Para Cavalieri Filho (2019, p. 26) “Essa é a premissa da qual devemos partir. Temos um novo direito para as relações de consumo e, como tal, com campo de aplicação próprio, objeto próprio e princípios próprios”. Motivo pelo qual, ele traz consigo características específicas que devem ser compreendidas.

Trata-se de um diploma multidisciplinar, ou seja, envolve diversos ramos do Direito, como o Direito Civil, o Processual Civil, Direito Administrativo, dentre outros. Os destinatários das normas são específicos: os consumidores, tão somente, e a finalidade é a sua proteção, diante de uma relação evidentemente desigual, onde o consumidor é parte vulnerável. Mas como dito, não se pode ignorar o fato de que, por vezes, o consumidor se utiliza da sua posição protetiva para abusar do seu próprio direito, prejudicando descaradamente os fornecedores. (CAVALIERI FILHO, 2019).

A doutrina explica que o Código de Defesa do Consumidor é entendido como uma lei de função social:

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei de função social, traz normas de direito privado, mas de ordem pública (direito privado indisponível), e normas de direito público. É uma lei de ordem pública econômica (ordem pública de coordenação, de direção e de proibição) e lei de interesse social (a permitir a proteção coletiva dos interesses dos consumidores presentes no caso) (BENJAMIN, *et. al.*, 2021, p. 101).

Assim sendo, o Código compõe-se de normas cogentes, ou seja, normas de ordem pública, e por esse motivo, não é necessária a provocação do juiz para que haja a sua aplicação. No entanto, existe a exceção, que se trata da súmula 381 do Superior Tribunal de Justiça que evidencia que o juiz não pode conhecer de ofício cláusula abusiva em contrato bancário (BENJAMIN, 2021).

Ainda considerando essas características, importa dizer que as normas consumeristas são de interesse social, e seus preceitos são inderrogáveis pelos interessados na relação de consumo, como pode ocorrer, por exemplo, nos contratos cíveis (BESSA, 2004).

O Código de Defesa do Consumidor é lei principiológica, nesse sentido, entende-se essa lei como sendo aquela que entra no sistema jurídico, atingindo toda e qualquer relação jurídica que tenha como característica o consumo, mesmo que essa relação já esteja sob a proteção de alguma outra lei, de modo que, naquilo que com elas colidirem, perdem eficácia por se tornarem nulos de pleno direito (NUNES, 2011).

Nas palavras de Filomeno (2018, p. 57), é norma principiológica e multidisciplinar:

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.).

Assim, a importância de se regular normas consumeristas se deve a dois motivos, o primeiro é por ser analisado como um ponto de vista prático, tendo em vista que dispõe sobre as relações de consumo do cotidiano, e o segundo motivo é por ser visualizado como um ponto de vista dos princípios jurídicos, tendo em vista que trata da efetivação das normas que regulam os conflitos existentes nas relações de consumo (FILOMENO, 2018).

Como destaca Theodoro Júnior (2017, p. 22) “a criação do Direito do Consumidor como uma disciplina autônoma tornou-se necessária, em razão da evidente superioridade do fornecedor frente ao consumidor em suas relações contratuais”. Em uma relações onde há disparidade entre as partes, é importante que

seja alcançada a igualdade, mesmo quando se utiliza da desigualdade para alcançá-la. O inadmissível é que o consumidor se utilize desse privilégio para agir com má-fé, prejudicando direta ou indiretamente o fornecedor.

O direito do consumidor é um ramo de direito público interno de cada país que tem por finalidade a proteção, por meio de normas de ordem pública e interesse social, do consumidor que é tido como a parte mais fraca nas relações de consumo privadas. (BENJAMIN, *et. al.*, 2021).

Mas o legislador se esqueceu ou não se preocupou com os possíveis abusos de direito que poderiam ser cometidos pelo consumidor. O Código de Defesa do Consumidor foi uma inovação legislativa necessária, mas era importante que normas relacionadas a possível má-fé do consumidor tivessem sido editadas (FILOMENO, 2018).

Assim, o CDC tem suas características bem delimitadas, e sua importância sobressaltada. O seu advento no ordenamento jurídico brasileiro era necessário, e a proteção por ele proporcionada é essencial no contexto brasileiro, o que é inegável (LEITE, 2002).

2 DA RELAÇÃO CONSUMERISTA NO DIREITO BRASILEIRO E SEUS OBJETIVOS

A relação jurídica de consumo se constitui por uma relação entre duas partes distintas e em posições opostas, que são o fornecedor e o consumidor, e tendo como objeto produto ou serviço prestado pelo fornecedor, conforme se depreende da análise dos artigos 2º e 3º do Código de Defesa do Consumidor (LEITE, 2002).

Roberto Basillone Leite (2002) entende a relação de consumo como sendo uma relação jurídica que tem como partes o consumidor e o fornecedor, e como objeto um bem ou serviço. Esses elementos são essenciais para caracterizar esse tipo de relação jurídica.

O que a caracteriza é “o profissionalismo do ato de venda do produto ou da prestação de serviço. Só se considera relação de consumo aquela que implique o fornecimento de produto ou serviço com caráter profissional, ou seja, com intuito comercial” (LEITE, 2002, p. 54).

O autor ainda entende que se trata, também, de uma relação peculiar de cooperação:

[...] uma relação de cooperação, pois um cidadão entra com o bem ou serviço e o outro oferece em troca o pagamento do preço, ambos colaboram, assim, para o sucesso do objetivo comum, que é a transferência do domínio do bem ou a execução dos serviços. (LEITE, 2002, p. 54)

Nas palavras do aclamado autor Rizzato Nunes (2010, p. 73), “haverá relação jurídica de consumo sempre que se puder identificar, em um dos polos da relação, o consumidor, no outro polo, o fornecedor, estando os dois transacionando produtos e serviços.” Nota-se que a doutrina se vale, necessariamente, dos elementos essenciais para esse tipo de relação, elementos esses presentes no próprio Código de Defesa do Consumidor.

De acordo com os ensinamentos de Amaral (2010), trata-se de uma relação social que foi juridicizada:

A relação jurídica de consumo é assim uma relação social que foi juridicizada e em que há como sujeitos (individuais ou coletivos, pessoas naturais ou jurídicas, de direito privado ou público, nacional ou estrangeira), em cada polo, os chamados de consumidor e fornecedor e que se relacionam a propósito de objeto (objeto da relação jurídica), um bem da vida, ou seja, bens

ou serviços alvos do interesse, do ato de consumo (ato/negócio jurídico de consumo). (AMARAL, 2010, p. 91)

A relação de consumo é uma relação bilateral, ou seja, se caracteriza por um vínculo entre duas pessoas ou mais. Estabelecida essa ideia, para que exista uma relação de consumo, destaca-se novamente, que é necessário a junção de certos requisitos: uma das partes da relação deve se enquadrar no conceito de consumidor, e a outra deve se encaixar no conceito de fornecedor (GONÇALVES; SANCHEZ, 2014).

2.1 O CONSUMIDOR

O artigo 2º do Código DE Defesa do Consumidor define consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que, como destinatário final, adquire ou utiliza produto ou serviço” (BRASIL, 1990).

Trata-se de uma definição aparentemente simples, mas ela já esclarece suficientemente que o consumidor é o sujeito protegido pelo Código de Defesa do Consumidor, e consumidor será quem adquire e quem se utiliza de produto ou serviço (MIRAGEM, 2016).

Mas a partir desse conceito, surge o seguinte questionamento da doutrina:

O problema do uso do termo destinatário final está relacionado a um caso específico: o daquela pessoa que adquire produto ou serviço como destinatária final, mas que usará tal bem como típico de produção. Por exemplo, o usineiro que compra uma usina para a produção de álcool. Não resta dúvida de que ele será destinatário final do produto (a usina); contudo, pode ser considerado consumidor? E a empresa de contabilidade que adquire num grande supermercado um microcomputador para desenvolver suas atividades, é considerada consumidora? (NUNES, 2018, s/p).

Figueiredo (2011), por sua vez, explica:

Para a teoria finalista a expressão destinatário final deve ser interpretada de maneira restrita, sendo consumidor somente aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço (destinatário final econômico), colocando um fim na cadeia de produção. (FIGUEIREDO, 2011, p.24)

A resposta, a princípio, é positiva, independente da destinação do bem adquirido, quem adquire é consumidor. Assim, consumidor é qualquer pessoa que realize a compra, consumo e/ou utilização de um bem, a partir da sua aquisição,

podendo ser até mesmo a pessoa jurídica. Já o fornecedor também pode ser qualquer pessoa que realize a comercialização de um bem ou serviço, podendo ser pessoa física, ou jurídica, grandes ou pequenas empresas (NUNES, 2018).

Para Theodoro Júnior (2017) o Código utilizou o caráter econômico para a conceituação de consumidor, na medida em que leva em consideração o fato de a pessoa adquirir os produtos para utilização pessoal e, não, comercial.

A doutrina se utiliza de duas teorias para a definição de consumidor. A primeira teoria, conhecida como finalista, é mais restritiva, já a segunda, conhecida como maximalista, é mais ampla. Recentemente surgiu uma terceira teoria, a do finalismo aprofundado (THEODORO JÚNIOR, 2017).

Para a teoria finalista restringe o conceito de consumidor para alcançar tão somente o não profissional, seja ele pessoa física ou jurídica. Nesse vértice, consumidor será aquele que retira o bem do mercado, dando a ele uma destinação pessoal, sem interesse profissional (THEODORO JÚNIOR, 2017).

Para a teoria maximalista, consumidor é quem retira o produto do mercado e o consome, sem importar se ele vai ser o consumidor final, ou se ele vai dar outra destinação ao produto, como a comercial, por exemplo (THEODORO JÚNIOR, 2017).

Por fim, a teoria mais recente que tem sido abordada na doutrina, a teoria do finalismo aprofundado abranda a teoria finalista, acrescentando a ideia de hipossuficiente. Logo, para essa teoria, consumidor é, além do conceito trazido pela teoria finalista, pessoa vulnerável e hipossuficiente na relação (THEODORO JÚNIOR, 2017).

José Geraldo Brito Filomeno (2018) traz três acepções distintas para a compreensão de consumidor, sendo o ponto de vista econômico, o ponto de vista psicológico e o ponto de vista sociológico.

Do ponto de vista econômico, consumidor é quem é destinatário da produção de bens, “Trata-se, como se observa, da noção asséptica e seca que vê no consumidor tão somente o *homo economicus*, e como partícipe de uma dada relação de consumo” (FILOMENO, 2018, p. 70).

Já do ponto de vista psicológico, o consumidor é aquele sujeito que possui características subjetivas que o leva a ter preferência por produtos e bens e serviços:

Do ponto de vista psicológico, considera-se consumidor o sujeito sobre o qual se estudam as reações a fim de se individualizar os critérios para a produção e as motivações internas que o levam ao consumo. Nesse aspecto, pois,

perscruta-se das circunstâncias subjetivas que levam determinado indivíduo ou grupo de indivíduos a ter preferência por este ou aquele tipo de produto ou serviço, preocupando-se com tal aspecto certamente a ciência do marketing e da publicidade, assumindo especial interesse quando se trata sobretudo dos devastadores efeitos dessa, se enganosa ou tendenciosa, diante das modernas e sofisticadas técnicas do mencionado marketing e merchandising (FILOMENO, 2018, p. 70-71).

Por fim, considerando o ponto de vista sociológico, consumidor é o indivíduo que se utiliza de bens e serviços, mas que pertence a um determinado grupo ou classe social, daí surgem denominações de movimentos, como “movimento consumerista”, ou “movimento trabalhista”, que se relaciona intimamente com a noção de qualidade de vida e poder aquisitivo, conceitos inerentes ao consumo (FILOMENO, 2018).

Nota-se, portanto, que o autor anteriormente citado, Filomeno (2018), se vale de definições mais complexas, principalmente a sociológica e psicológica. Mas, em linhas gerais, entende-se que a definição mais coerente seria a econômica, e as demais são adequadas para estudos mais direcionados e aprofundados sobre o consumo.

O consumidor também é aquele relacionado indiretamente com o produto. É, assim, visto como aquele que sofre as consequências mesmo não estando diretamente ligado à relação de consumo, sendo, segundo a doutrina, denominado de espectador, ou seja, um terceiro externo à relação de consumo que é afetado pelo evento danoso. Essa definição de consumidor é exemplificada por Tartuce (2018, p. 220), que exemplifica a compra de um eletrodoméstico, no caso uma televisão, que, ao ser assistido a um filme em uma sala multipessoal, e o equipamento estourar, será causado danos aos presentes. Desta forma, não só o comprador do equipamento pode pedir indenização, mas também todas as vítimas de eventos danosos (explosões).

2.2 O FORNECEDOR

A princípio, todo aquele que coloca bens a serem vendidos no mercado ou realiza a prestação de serviços, direta ou indiretamente, é fornecedor. Estabelece o art. 3º, caput, da Lei 8.078/1990 que 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 (BRASIL, 1990).

A doutrina explica que a definição dada pela legislação é ampliativa, isso porque o legislador não distingue a natureza, o regime jurídico ou nacionalidade do fornecedor. O conceito abrange tanto empresas estrangeiras ou multinacionais, quanto o próprio Estado (MIRAGEM, 2016).

A respeito da finalidade lucrativa ou não da pessoa jurídica fornecedora, é interessante reproduzir o entendimento do Superior Tribunal de Justiça, no sentido de que:

Para o fim de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, o reconhecimento de uma pessoa física ou jurídica ou de um ente despersonalizado como fornecedor de serviços atende aos critérios puramente objetivos, sendo irrelevantes a sua natureza jurídica, a espécie dos serviços que prestam e até mesmo o fato de se tratar de uma sociedade civil, sem fins lucrativos, de caráter beneficente e filantrópico, bastando que desempenhem determinada atividade no mercado de consumo mediante remuneração? (STJ ? REsp 519.310/ SP ? Terceira Turma ? Rel. Min. Nancy Andrighi ? j. 20.04.2004).

Assim, como destacado na decisão, o fornecedor traz em sua configuração conceitual aspectos objetivos, sendo desconsiderados aspectos relacionados a lucro, por exemplo. Para que o fornecedor assim seja denominado, ele deve desempenhar atividade no mercado de consumo mediante remuneração. Assim, nas palavras de Tartuce e Assumpção Neves (2021, p. 80): “Na verdade, o que interessa mesmo na caracterização do fornecedor ou prestador é o fato de ele desenvolver uma atividade, que vem a ser a soma de atos coordenados para uma finalidade específica”.

Ademais, o termo “fornecedor” é gênero do qual o fabricante, o produtor, o construtor, o importador e o comerciante são espécies. Nesse vértice, quando a lei consumerista quer que todos sejam obrigados e/ou responsabilizados, usa o termo “fornecedor”. Por outro lado, quando quer designar algum ente específico, utiliza-se de termo designativo particular: fabricante, produtor, comerciante etc (NUNES, 2018).

2.3 A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

Embora no presente estudo o foco seja a prática abusiva por parte do consumidor, com a prática da má-fé e abuso de direito, é inegável que o Código de Defesa do Consumidor surge como um mecanismo legal protetivo. Não se questiona a proteção que o consumidor, de fato, precisa, questiona-se o abuso de direito cometido pelo mesmo. Assim, é importante compreender o viés protetivo do Código do Consumidor (LEITE, 2002).

Como estudado, o fenômeno do consumismo e o advento da sociedade de consumo se relaciona intimamente com a proteção do consumidor, proteção essa necessária para coibir os abusos impostos pelas grandes empresas (BASTOS; SILVA, 2016).

O consumidor é parte vulnerável em uma relação de consumo, e isso é evidenciado a partir da visualização entre os poderes do fornecedor e os poderes do consumidor. O princípio da vulnerabilidade é um dos mais importantes dentro do direito do consumidor, aflorando como uma tentativa de não deixar que uma das partes tenha maior poder. (SILVA NETO, 2013).

A vulnerabilidade, em seu contexto geral, pode ser visualizada como uma situação permanente ou provisória, mas na relação de consumo é uma situação permanente, apontando a existência de desequilíbrio na relação.

Uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção. (MARQUES, 2002, p.87).

Nesse vértice, proteger o consumidor, parte vulnerável, se torna fundamental em um contexto de direito:

A massificação da produção, do consumo e da contratação deixou o consumidor em desvantagem, pois, à medida que o fornecedor se fortaleceu técnica e economicamente, o consumidor teve o seu poder de escolha enfraquecido, praticamente eliminado. Não mais tendo acesso direto ao fabricante, o consumidor ficou submetido aos contratos de adesão, cujas cláusulas e condições, conforme já destacado, eram preestabelecidas ao gosto do fornecedor, de sorte a não lhe deixar alternativa que não aquela de aceitar as condições preestabelecidas, sob pena de não ter acesso aos produtos e serviços de que necessitava. Instalou-se então um acentuado desequilíbrio ou desigualdade de forças entre produtores e distribuidores, por um lado, e consumidores, por outro. O consumidor tornou-se vulnerável em face do fornecedor, vulnerabilidade triplíce: técnica, fática e jurídica (CAVALIERI FILHO, 2019, p. 20).

Logo, no âmbito das relações de consumo, os autores Bastos e Silva (2016) explicam que surge o pressuposto fundamental de reconhecimento da tutela do consumidor, e o princípio da vulnerabilidade do consumidor é consequência dessa pressuposto.

A doutrina consumerista argumenta desde sempre que ao se estabelecer uma proteção específica ao consumidor, promove-se a equalização por meio do direito, de uma relação fática desigual. Assim, os argumentos relacionados ao desrespeito do princípio da igualdade/isonomia, já que o legislador conferiu maior proteção ao consumidor, não prosperam. Nesse interim, importante compreender as mazelas do princípio da igualdade (FILOMENO, 2018).

Remetendo ao pensamento de Aristóteles acerca da justiça, os professores Sarlet, Marinoni e Mitidiero (2019) afirmam que o princípio da igualdade guarda relação íntima com a noção de justiça e com as mais diversas teorizações sobre a justiça.

Nessa linha de pensamento, Fernandes (2020) aponta que a igualdade implica o tratamento desigual em situações desiguais de vida, na medida dessas desigualdades. Essa exigência integra o próprio senso de justiça, trazida exatamente por Aristóteles.

Dentro dessa perspectiva aristotélica, é necessário que a desigualdade esteja relacionada diretamente com a diferença observada. O tratamento distinto não pode se fundamentar em qualquer outra diferença, caso contrário, todos os tratamentos discriminatórios estariam legitimados (FERNANDES, 2020).

A doutrina apresenta alguns elementos identificadores de lesões ao princípio da igualdade:

1º) a diferenciação não pode atingir apenas uma pessoa; 2º) as situações (ou pessoas) a serem diferenciadas pela norma jurídica devem ser de fato distintas (isto é, apresentarem características diferenciadas); 3º) deve existir, abstratamente, uma lógica entre os fatos diferenciais e a distinção estabelecida pela norma jurídica; e 4º) concretamente, o vínculo de correlação deve ser pertinente em razão de interesses constitucionais protegidos, tendo em vista para tanto o "bem público" (FERNANDES, 2020, p. 540)

Logo, ao se estabelecer especial proteção ao consumidor, parte vulnerável da relação de consumo, não ocorre a violação do princípio da igualdade, mas sim a sua

valorização, pois há a elevação do consumidor a patamar semelhante ao do fornecedor, parte mais forte da relação consumerista (FERNANDES, 2020).

Nesse sentido, como o próprio mercado não consegue, por si mesmo, superar o desequilíbrio existente nessa relação entre consumidor e fornecedor, tornou-se essencial a edição de um Código de Defesa do Consumidor (THEODORO JUNIOR, 2017).

Assim, a proteção do consumidor é necessária, e o Código de Defesa do Consumidor surge diminuindo a sua vulnerabilidade, e limitando as práticas abusivas do mercado. Esse tipo de proteção encontra-se baseada em princípios importantíssimos, como a própria dignidade humana, que além de princípio, é fundamento do Estado Democrático de Direito (FILOMENO, 2018).

2.4 OS DIREITOS DOS FORNECEDORES

O direito do consumidor é sempre abordado, por outro lado, os direitos dos fornecedores são comumente negligenciados. Observa-se apenas as proteções que cabem ao consumidor, esquecendo-se da outra parte envolvida na relação comercial (LEITE, 2002).

Mas assim como o consumidor, o fornecedor tem direito a proteção legal contra a má-fé. Caso o consumidor abuse da sua proteção legal, e prejudique o fornecedor, ele terá direito a pleitear a reparação do dano que lhe foi causado em decorrência dessa má conduta do consumidor (MARQUES, 2002).

Mas nessa situação, e devido ao ônus da prova, a defesa do fornecedor pode ser dificultada. Deve ser assegurado a ele o contraditório e ampla defesa, a revisão contratual, se necessário, a inversão do ônus da prova, as excludentes de responsabilidade também devem ser asseguradas, o direito de não indenizar (quando comprovada a má-fé do consumidor), o direito de regresso, dentre outros vários direitos necessários (LEITE, 2002).

3 A MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Compreendidos os aspectos relacionados a relação consumerista, como as definições de consumidor e fornecedor, e a proteção excessiva do consumidor, passa-se a análise da má-fé do consumidor, que pode causar danos e prejuízos ao fornecedor, ensejando reparação civil (GENOVESE, 2016).

3.1 A BOA-FÉ COMO CONCEITO ÉTICO-SOCIAL

De acordo com Stoco (2002), estar e agir com boa-fé é um estado inerente ao ser humano, que nasce puro, ingênuo e absolutamente isento de maldade. Ele vai se transformando segundo a influência dele sobre si próprio, e principalmente da sociedade sobre ele. Logo, para o autor, a boa-fé é um atributo natural do indivíduo, e a má-fé é considerada um desvio.

A boa-fé, como leciona Stoco (2002) é fonte de pacificação, convalidação, socialização e aquisição de direitos. No direito do consumidor, não é diferente, o legislador entendeu que em uma relação consumerista, em razão da disparidade de força entre as partes, o consumidor é parte vulnerável, e a sua boa-fé é presumida.

Foi com o jusnaturalismo, e toda a influência católica e cristã, que a boa-fé ganhou seus contornos atualmente conhecidos, relacionados a conduta dos negociantes, sendo denominada boa-fé objetiva. Assim, no jusnaturalismo, o pensamento de Hugo Grotius se tornou essencial para a compreensão desse complexo elemento, esse autor deu um conceito amplo à boa-fé, relacionando a mesma à interpretação de negócios jurídicos, principalmente no campo contratual (TARTUCE; ASSUMPÇÃO NEVES, 2021).

De acordo com Tartuce e Assumpção Neves (2021), a boa-fé objetiva representa uma evolução do conceito de boa-fé, que saiu do plano psicológico ou intencional (boa-fé subjetiva), para o plano concreto da atuação humana (boa-fé objetiva).

No direito brasileiro, a boa-fé passou a ser essencial. O conceito de boa-fé contratual que consta do atual Código Civil¹ tem sua raiz no Código de Defesa do

¹ Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

Consumidor. Mas como explica Morgana (2020), a pioneira no reconhecimento da boa-fé no ordenamento jurídico brasileiro foi a Constituição Federal de 1988 que trouxe em seu bojo os princípios da dignidade da pessoa humana e o da igualdade, que devem servir como base para a interpretação de todos os ramos do direito.

Para Sérgio Cavalieri (2019, p. 57) “tem-se proclamado que pela boa-fé o Direito deixa de ser só técnica para ser também ética, pois foi pela porta da boa-fé que se deu a etização do Direito. Por isso se diz também que a boa-fé é a ética negocial. O autor continua explicando que a boa-fé exige a realização de um estado de coisas exteriorizada na lealdade, o comportamento das pessoas envolvidas da relação deve ser o ideal que a norma procura, a honestidade.

3.2 A BOA-FÉ OBJETIVA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A boa-fé objetiva é um dos elementos mais importantes para o Código de Defesa do Consumidor, e representa, em comparação direta, o seu próprio coração, o que pode ser verificado no texto do artigo 4º, inciso III:

Harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo 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 (BRASIL, 1990).

Essa boa-fé estabelece um dever de agir em conformidade com os padrões social e legalmente recomendados. Ela se distingue da boa-fé subjetiva, ao passo que esta se relaciona com aspectos intelectivos ou volitivos, nas palavras de Morgana (2020, p. 86) “a boa-fé subjetiva se traduz na conduta da crença, decorrente da ignorância ou desconhecimento pleno dos fatos ou da norma jurídica aplicável”. Entretanto, ambas fluem do mesmo núcleo: o da fidelidade e o da lealdade. Mas por questões objetivas, é a boa-fé objetiva a mencionada no corpo normativo brasileiro.

Assim, “a boa-fé objetiva traz a ideia de equilíbrio negocial, que, na ótica do Direito do Consumidor, deve ser mantido em todos os momentos pelos quais passa o negócio jurídico” (TARTUCE; ASSUMPÇÃO NEVES, 2021, p. 53).

Cabe destacar o seguinte entendimento:

A boa-fé diz respeito ao exame objetivo e geral da conduta do sujeito em todas as fases contratuais (précontratual, contratual e pós-contratual), servindo, a partir de suas funções, como parâmetro de interpretação dos contratos, identificação de abuso de direito e criação de deveres anexos (BENJAMIN, *et. al.*, 2021, p. 592).

O equilíbrio, a lealdade, a reciprocidade, a verdade e, conseqüentemente, a boa-fé, devem ser protegidos na relação consumerista. Assim, os fornecedores devem orientar as suas ações de acordo com esses princípios, mas os consumidores também devem segui-los, pois não estão isentos por serem vulneráveis (COSTA, 2022).

Mas a boa-fé deve ser interpretada como princípio orientador, e não como cláusula geral para a definição de regra de conduta. O livre arbítrio orienta a conduta do indivíduo, ele é livre pra fazer o que deseje, mas deve se responsabilizar pelas conseqüências. No direito do consumidor, a má-fé gera conseqüências (AGUIAR JÚNIOR, 1995).

Isto posto, em linhas gerais, a boa-fé é uma regra geral implícita nos contratos de consumo, e exige que ambas as partes dessa relação orientem sua conduta com lealdade. Esse padrão de conduta, portanto, deve ser seguido por ambas as partes (AGUIAR JÚNIOR, 1995).

Na relação consumerista, portanto, a boa-fé é um termo utilizado para se referir a valores éticos que devem integrar uma sociedade organizada. “Para aplicação da cláusula da boa-fé, o juiz parte do princípio de que toda “a inter-relação humana deve pautar-se por um padrão ético de confiança e lealdade, indispensável para o próprio desenvolvimento normal da convivência social.” (AGUIAR JÚNIOR, 1995, p. 22).

3.3 A MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR E O ABUSO DE DIREITO CONSUMERISTA

A má-fé, no dicionário, é entendida como o ato de agir com malícia, consciente e de maneira desleal. No direito, a má-fé é praticada por quem possui conhecimento do mal que exerce (GENOVESE, 2016).

A proteção do consumidor, como já estudado, decorre da sua vulnerabilidade. Nesse vértice, busca-se a igualdade material entre o consumidor e o fornecedor. A ideia é que há uma disparidade nessa relação, tendo em vista que o fornecedor é parte mais forte, no entanto, não se deve anular ou desconsiderar o fato de que, não raras vezes, o consumidor se utiliza de má-fé nas relações de consumo (FIGUEIREDO, *et. al.*, 2011).

A boa-fé, nas palavras de Benjamin, *et. al.*, (2021, p. 595) “serve como limite para o exercício de direitos subjetivos. Funciona como parâmetro para valorar a conduta das partes de modo a concluir pela arbitrariedade do exercício de determinado direito, ou seja, da prática de abuso de direito”.

O artigo 187 do Código de Defesa do Consumidor traz o conceito de abuso de direito ao estabelecer em seu artigo 187 que: “Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico e social, pela boa-fé ou pelos bons costumes” (BRASIL, 1990).

Sobre esse tipo de abuso, ensina Silvio de Salvo Venosa:

[...] abuso de direito pode ser entendido como fato de usar de um poder, de uma faculdade, de um direito ou mesmo de uma coisa, além do razoavelmente o Direito e a Sociedade permitem. O titular de prerrogativa jurídica, de direito subjetivo, que atua de modo tal que sua conduta contraria a boa-fé, a moral, os bons costumes, os fins econômicos e sociais da norma, incorre no ato abusivo. Nesta situação, o ato é contrário ao direito e ocasiona responsabilidade (VENOSA, 2003, p. 603).

Assim, age com má-fé e com abuso de direito, a pessoa que toma atitudes baseadas na maldade, escondendo vícios para benefício própria, ou alterando a verdade dos fatos também para obter benefício ou induzir o julgador a erro, bem como ao alterar a verdade dos fatos, dando causa a situações com o objetivo de dizer-se lesado (MORGANA, 2020).

O Código de Defesa do Consumidor surgiu no ordenamento jurídico brasileiro para trazer equilíbrio à relação de consumo, logo, o mesmo não pode compactuar com ações ilegítimas, ou seja, com o abuso do direito (FILOMENO, 2018).

Comumente se ouve dizer que a má-fé é sempre praticada por empresas e fornecedores, mas o consumidor também pode agir dessa forma, em verdadeiro abuso de direito. Morgana (2020, p. 99), sobre isso, expõe:

[...] em muitos casos os consumidores deixam de observar os princípios que norteiam a relação consumerista, aproveitando-se das prerrogativas que possuem na qualidade de consumidores para tirar benefícios às custas das empresas e utilizando a máquina judiciária para isso. É bem verdade que em muitos casos, eles aproveitam-se da gratuidade de justiça para litigar deliberadamente, além de utilizar a inversão do ônus da prova como arma a pleitear por qualquer infortúnio da vida cotidiana.

Esse também é o entendimento de Gonçalves, *et. al.*, (2014, p. 13), que explicam que o consumidor brasileiro, em algumas situações, se utiliza de

instrumentos facilitadores e meios para a obtenção de vantagens indevidas. “O consumidor, atualmente, tem se tornado consciente das oportunidades oferecidas e das brechas presentes na legislação a seu favor”.

Genovese (2016) explica que não há dúvidas que o Código do Consumidor causou uma grande revolução nas relações de consumo, mas infelizmente, alguns consumidores encaram a legislação como uma ferramenta para conseguir falsas indenizações. O autor explica que é fácil encontrar ações judiciais aventureiras ou desleais, as vezes por situações causadas pelo próprio consumidor.

A presunção de hipossuficiência e vulnerabilidade do consumidor, que sempre ocorre, possibilita que eles realizem aventuras jurídicas, e pleiteiem indenização ou direito que não são justos (MELO; SILVA, 2021).

O comportamento de parte dos consumidores lesa fornecedores:

O comportamento de parcela de consumidores que, num passo adiante ao da busca de um direito não legítimo, na maioria das vezes por desconhecimento, caminham no sentido de lesar fornecedores, forçando-os, via Juízo, a conceder-lhes benefícios indevidos, à custa de litigância de má-fé. Consumidores nada vulneráveis, que demonstram grande habilidade na manipulação do regramento do CDC. Exemplo disso temos em consumidores, às vezes organizados em grupos, que, em ação premeditada, assinam contratos de financiamento, para depois, questionando suas cláusulas na Justiça, conseguirem o bloqueio do pagamento, causando prejuízo ao fornecedor (MUNIZ, 2015, p. 01).

Ao se defender de forma absoluta a inocência do consumidor, pode se condenar injustamente o fornecedor, sem que haja justa causa para tanto. Nesse vértice:

A vulnerabilidade teórica dos consumidores cria um risco permanente para os fornecedores de que consumidores mal-intencionados usem os mesmos direitos reservados aos atores com base no respeito mútuo para causar danos por meio de ações e reclamações infundadas, onde apenas o fornecedor é responsável por fornecer provas (devido à natureza da relação de consumo que ocorre, isso geralmente não está presente) (COSTA, 2022, 04).

É necessário ressaltar que há uma forte tendência da utilização do ônus da prova em desfavor do fornecedor, bem como o uso indiscriminado e banalizado das garantias previstas no Código do Consumidor por parte do consumidor, o que pode dificultar na defesa do fornecedor, principalmente o pequeno empresário. Nesse

cenário, a empresa fica obrigada a provar o que não consegue, ao passo que o consumidor se beneficia da situação, com total abuso de direito (COSTA, 2022).

Essa situação de abuso de direito e má-fé por parte do consumidor pode ensejar a responsabilidade civil. De acordo com as lições de Pereira (2018, p. 28), a responsabilidade civil consiste na “efetivação da reparabilidade abstrata do dano em relação a um sujeito passivo da relação jurídica que se forma”. Assim, a pessoa jurídica pode sofrer dano, devendo haver a sua reparação.

Reforçando essa ideia, a Súmula 227 do Superior Tribunal de Justiça expressamente declara que “a pessoa jurídica pode sofrer dano moral”. Esse entendimento corrobora com o disposto no artigo 52 do Código Civil² que aplica às pessoas Jurídicas a proteção dos direitos da Personalidade (CAVALIERI FILHO, 2006).

Ainda, ao se ingressar com ação judicial pleiteando direito que sabe não fazer jus, pode ser condenado por litigância de má-fé, que é punível por multa em valor superior a 1 (um) por cento e inferior a 10 (dez) por cento do valor da causa (MELO; SILVA, 2021).

3.4 ANÁLISE DE CASOS CONCRETOS

Diante do estudo a respeito da má-fé e do abuso de direito por parte do consumidor, faz-se necessário estudar casos e julgados que demonstram na prática como o assunto é tratado. A primeira ementa é a seguinte:

EMENTA: APELAÇÃO CÍVEL. AÇÃO INDENIZATÓRIA. INSCRIÇÃO NOS CADASTROS RESTRITIVOS DE CRÉDITO. NOTIFICAÇÃO PRÉVIA. OCORRÊNCIA. DANO MORAL. INEXISTÊNCIA. LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ CONFIGURADA. - Conforme entendimento do Superior Tribunal de Justiça, para o cumprimento da obrigação de notificação prévia ao consumidor, pelos órgãos mantenedores de cadastros restritivos ao crédito, acerca da inclusão de seu nome no banco de dados (art. 43, § 2º, do CDC), basta a comprovação da postagem da comunicação, dirigida ao endereço fornecido pelo credor, sendo desnecessário o Aviso de Recebimento. - Não comete ato ilícito o órgão de proteção ao crédito que envia a notificação ao devedor no endereço fornecido pelo credor. (REsp 893069/RS). - Age de má-fé o consumidor que altera a verdade dos fatos, negando intencionalmente a existência da dívida com o intuito de auferir indenização. (TJMG - Apelação Cível 1.0000.21.010707-4/001, Relator(a): Des.(a) Aparecida Grossi, 17ª CÂMARA CÍVEL, julgamento em 10/11/2021, publicação da súmula em 11/11/2021)

² Art. 52. Aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade.

De acordo com as informações do inteiro teor, o consumidor ajuizou ação indenizatória contra o Serasa, sustentando que não foi notificado previamente da inscrição do seu nome na lista de inadimplência. A princípio, a inscrição ocorreu por dívida com Banco (BRASIL, 2012).

É ressaltado na decisão que a relação jurídica existente entre as partes caracteriza-se como de consumo, uma vez que autor e ré enquadram-se nos conceitos de consumidor por equiparação (art. 17 do CDC) e fornecedor, respectivamente, previstos no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 2012).

Assim, nos autos do processo, o consumidor afirmou desconhecer da dívida em questão, e sustentou que não firmou nenhum tipo de relação de consumo com o banco, não existindo, portanto, débito. Em sentença, o consumidor foi condenado por litigância de má-fé, tendo sido reconhecida a sua má-fé em negar a existência de dívida contraída com a instituição financeira (BRASIL, 2012).

É explicitado que “Age de má-fé o consumidor que altera a verdade dos fatos, negando intencionalmente a existência da dívida com o intuito de auferir indenização.”. Nota-se, portanto, que o ato de afirmar a inexistência de um débito que existe, se utilizando do abuso de direito e da proteção do Código de Defesa do Consumidor, é o mesmo que agir de má-fé, devendo ser responsabilizado por tal ato (BRASIL, 2012).

O Tribunal de Justiça julgou caso de abuso de direito e má-fé por parte do consumidor. O caso ocorreu na comarca de Suzano, onde o autor ajuizou ação de indenização por danos morais pois ao comparecer em uma agência de veículos, se deparou com anúncio de promoção, onde um veículo era anunciado pelo valor de R\$ 0,01 (um centavo). Ao proceder com a aquisição do veículo, lhe foi cobrado o valor de R\$ 34.500,00 (trinta e quatro mil e quinhentos reais). Ao questionar sobre a diferença de valor, foi informado que o anúncio era apenas para atrair clientes. Na sentença, o magistrado ressaltou que é notório que nenhum veículo, nem mesmo de brinquedo é vendido a R\$ 0,01 (um centavo), não tendo havido a formação de uma justa expectativa, o que caracterizou a má-fé do autor, e o abuso de direito, pois a publicidade, embora vincule o vendedor, deve ser percebida como real e possível (BRASIL, 2012).

Ademais, alertam Melo e Silva (2021, p. 01):

Não é necessário que se elimine o direito de o consumidor ser assistido dentro de sua desigualdade em relação ao fornecedor, afinal, a vulnerabilidade é de fato existente. Mas é preciso atenção quanto ao perigo que a aplicação indiscriminada do instituto da hipossuficiência pode causar ao dar plenos poderes ao Consumidor de pleitear o que quer que ele tenha a intenção de receber, por ser amplamente amparado em suas alegações.

Logo, deve-se analisar, na prática, se realmente o consumidor é a parte vulnerável da relação, ou se está litigando de má-fé à custa do prejuízo do fornecedor. Em alguns casos, não há o ajuizamento de ação, mas tão somente a formalização de reclamação por parte do consumidor, o que também deve ser analisado cautelosamente. O que é alegado pelo consumidor deve ser verificado com cuidado, e as provas de que o consumidor está agindo de má-fé devem ser garantidas, com o fim de garantir defesa em possível ação judicial. Assim, o consumidor que age com abuso do seu direito, excedendo o direito de reclamar, deve ser obrigado a reparar o dano provocado às pessoas jurídicas (MELO; SILVA, 2021).

CONCLUSÃO

Como estudado, o Código de Defesa do Consumidor, ou simplesmente CDC, é norma que regula as relações consumeristas no Brasil. O Código compõe-se de normas cogentes, ou seja, normas de ordem pública, e por esse motivo, não é necessária a provocação do juiz para que haja a sua aplicação.

O consumidor é parte vulnerável em uma relação de consumo, e isso é evidenciado na distinção entre os poderes do fornecedor e os poderes do consumidor. No entanto, embora essa seja a regra geral, ela não deve ser absoluta. Comumente é noticiado que o fornecedor comete abuso de direito contra o consumidor, e a maioria massiva das jurisprudências encontradas são nesse sentido.

As normas contidas no Código de Defesa do Consumidor contêm normas que defendem implicitamente os fornecedores, de fato, a maioria dos dispositivos protetivos se destinam ao consumidor. Ademais, os dispositivos legais devem ser interpretados e aplicados de acordo com a sua origem sistemática, mas sem excluir os direitos do fornecedor.

Como ressaltado, a regra da vulnerabilidade não deve ser tida como absoluta, em alguns casos, o próprio consumidor é quem age de má-fé, prejudicando o fornecedor, principalmente o pequeno empresário. Não é raro que o consumidor faça o mal uso de produtos, como eletrônicos, e diante de possível defeito decorrente dessa má utilização, exija a troca ou o conserto às custas do fornecedor.

Como visto, a boa-fé é princípio norteador do direito do consumidor, bem como do direito contratual. Merece ressaltar o fato de que a relação consumerista é firmada por meio de um contrato, seja ele tácito ou não. Nesse diapasão, o fornecedor, assim como o consumidor devem agir com boa-fé.

É inegável que o número de reclamações relativas aos direitos e obrigações do consumidor está aumentando constantemente. Em sentido igual, verifica-se que os direitos do fornecedor são constantemente negligenciados em detrimento da presunção de vulnerabilidade do consumidor, mesmo podendo este agir de má-fé.

Ao longo do presente trabalho, procurou-se compreender a importância do Código de Defesa do Consumidor, apontando a possibilidade de o consumidor agir de forma abusiva para com o fornecedor. No entanto, em nenhum momento foi desconsiderada a necessidade de proteção ao consumidor, justificativa para a própria

edição da Codificação. Nesse vértice, o que se buscou analisar é que nem sempre o consumidor estará com a razão, que ele pode fazer mal uso do excesso de direitos que ele possui, causando prejuízos ao fornecedor.

O objetivo do Código de Defesa do Consumidor em trazer benefícios ao grupo consumerista é manter o equilíbrio de interesses. Ambos devem cumprir a lei e garantir o desenvolvimento da economia do país. Ressalta-se que nesse estudo não se pretendeu esgotar a discussão, mas sim estimular mais pesquisas sobre os temas e questões aqui levantadas, com o objetivo de alcançar um maior equilíbrio na relação entre fornecedores e consumidores.

REFERÊNCIAS

AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. A Boa-fé na relação de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 14, p. 20 a 27, abr./jun. 1995.

ALMEIDA, Julio Cesar. **A história do direito do consumidor no Brasil**. 2017. Disponível em: <https://jcadvogado14.jusbrasil.com.br/artigos/464928575/a-historia-do-direito-do-consumidor-no-brasil>. Acesso em 13 mai. 2023.

AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. **Teoria Geral do direito do consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BASTOS, Daniel Deggau; SILVA, Rafael Peteffi da. O direito de arrependimento nas relações de consumo: desafios hermenêuticos e casos controvertidos. **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, v.105, p. 203-235, maio-jun. 2016.

BENJAMIN, Antonio Herman V; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 9. Ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2021.

BESSA, Leonardo Roscoe. **O Consumidor e seus Direitos**. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078compilado.htm. Acesso em 13 mai. 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça de São Paulo. **Consumidor é condenado por litigância de má fé**. 2012. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/noticias/consumidor-e-condenado-por-litigancia-de-ma-fe/100028763>. Acesso em 09 mai. 2023.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 6. ed., 3ª tiragem. São Paulo: Malheiros, 2006.

COSTA, Daniel; SAMPAIO, Joyce de Oliveira; MARINHO, Matheus. **Direito do consumidor e o abuso do direito por parte do consumidor**. 2022. Disponível em: <https://dspace.doctum.edu.br/handle/123456789/4507>. Acesso em 08 mai. 2023.

FERNANDES, Bernardo Gonçalves. **Curso de direito constitucional**. 12. Ed. Salvador: Juspodvim, 2020.

FIGUEIREDO, Fábio Vieira. ALEXANDRIDIS, Georgios. FIGUEIREDO, Simone Diogo Carvalho. **Minicódigo de defesa do consumidor anotado**. São Paulo. Saraiva, 2011.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Direitos do consumidor**. 15. Ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GENOVESE, Paulo. **Quando o consumidor age de má-fé**. Genovese Advogados, 2016. Disponível em: <https://genovese.adv.br/quando-o-consumidor-age-de-ma-fe/>. Acesso em 09 mai. 2023.

GONÇALVES, Gabriel Henrique Ribeiro; SANCHEZ, Cláudio José Palma; AMARAL, Sérgio Tibiriçá. **O consumidor brasileiro visto por outros olhos**. Toledo Prudente, v. 10, n. 10, 2014. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/4123/3883>. Acesso em 08 mai. 2023.

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao direito do consumidor**: os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor. São Paulo: LTr, 2002.

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

MELO, Juliene Gabriela de Souza; SILVA, Iasmim Stefane. **Abusos de direito na relação consumerista**: a má-fé na utilização da hipossuficiência do consumidor. 2021. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/91240/abusos-de-direito-na-relacao-consumerista>. Acesso em 09 mai. 2023.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016.

MORGANA, Kênia. **A má-fé no comportamento do consumidor contemporâneo**. Coletâneas Acadêmicas: Curso de Direito, 2020, pp. 78-100.

MUNIZ, Charles Martins. **Abuso do direito pelo consumidor**. 2015. Disponível em: <https://www.conteudojuridico.com.br/consulta/Artigos/43581/abuso-do-direito-pelo-consumidor>. Acesso em 09 mai. 2023.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Código de direito do consumidor**. 6. ed. São Paulo: Revista dos tribunais, 2010.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Responsabilidade civil**. 12. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2018.

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de direito constitucional**. 8. Ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

STOCO, Rui. **Abuso do direito e má-fé processual: aspectos doutrinários**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

TARTUCE, Flávio. Direito Civil. v. 2: **Direito das obrigações e responsabilidade civil**. 12 ed. rev. atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de direito do consumidor**: direito material e processual. 10. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2021.

THEODORO JUNIOR, Humberto. **Direitos do consumidor**. 9. Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017.

VENOSA, Sílvio Salvo. **Direito civil**. vol.1, 3º. São Paulo: Editora Atlas, 2003.



RELATÓRIO DE VERIFICAÇÃO DE PLÁGIO

DISCENTE: Luciana Gomes Guimarães

CURSO: Direito

DATA DE ANÁLISE: 19.05.2023

RESULTADO DA ANÁLISE

Estatísticas

Suspeitas na Internet: **4,7%**

Percentual do texto com expressões localizadas na internet [▲](#)

Suspeitas confirmadas: **4,48%**

Confirmada existência dos trechos suspeitos nos endereços encontrados [▲](#)

Texto analisado: **95,11%**

Percentual do texto efetivamente analisado (frases curtas, caracteres especiais, texto quebrado não são analisados).

Sucesso da análise: **100%**

Percentual das pesquisas com sucesso, indica a qualidade da análise, quanto maior, melhor.

Analisado por Plagius - Detector de Plágio 2.8.5
sexta-feira, 19 de maio de 2023 20:01

PARECER FINAL

Declaro para devidos fins, que o trabalho da discente **LUCIANA GOMES GUIMARÃES**, n. de matrícula **37170**, do curso de Direito, foi aprovado na verificação de plágio, com percentagem conferida em 4,7%. Devendo a aluna fazer as correções necessárias.

Assinado digitalmente por: Herta Maria de A?ucena do Nascimento
Soeiro
Razão: Faculdade de Educação e Meio Ambiente - FAEMA

(assinado eletronicamente)
HERTA MARIA DE AÇUCENA DO N. SOEIRO
Bibliotecária CRB 1114/11
Biblioteca Central Júlio Bordignon
Centro Universitário Faema – UNIFAEMA