

**PROTEÇÃO E DEFESA DOS DIREITOS
DO CONSUMIDOR**

Relações de Consumo

MARKUS NORAT

www.markusnorat.com

Histórico

O interesse da Igreja Católica em difundir o cristianismo no oriente e combater os muçulmanos, fez surgir o movimento das **Cruzadas**; fato que causou a **Revolução Comercial** e a **reabertura do Mediterrâneo**, possibilitando assim, a entrada de produtos e especiarias orientais na Europa.

O novo comércio que surgia, estimulado pelo mercado consumidor, ávido por produtos vindos do oriente, fez com que as sociedades da Europa se interligassem comercialmente, ocasionando um forte desenvolvimento comercial.

Com o renascimento das cidades, surge a **Revolução Industrial**, que faz com que as pessoas se aglomerem em grandes centros urbanos, ocasionando uma explosão no consumo e o surgimento de várias grandes fábricas.

Histórico

Assim, os artesãos tornaram-se trabalhadores “**semiescravos**” dentro das grandes indústrias.

Ainda, para aumentar a produtividade, a margem de lucro e, por conseguinte, conquistar o mercado externo, os empresários exploravam ao máximo o uso de **mão de obra infantil** e **feminina**, pois crianças e mulheres recebiam um pagamento ainda menor do que o baixo salário que era percebido pelos operários homens.

Tal situação culminou com o surgimento dos **sindicatos**, dos **movimentos sociais**, que buscavam a regulamentação das condições em que os operários eram submetidos dentro das indústrias.

Histórico

Os interesses desses movimentos sociais estavam além dos meros pleitos por melhores condições de trabalho, buscava-se, em verdade, um maior **respeito à dignidade do operário, do ser humano**. Esses ideais entrelaçaram-se com o objetivo de lutar pelos direitos humanos e trabalhistas, e dão o ponto de partida para o surgimento de um movimento consumerista. Nessa época foram criados **boicotes** aos fornecedores - patrões, que eram considerados como “maus” patrões aos seus empregados.

Histórico

Em 15 de março de 1962, o então presidente dos Estados Unidos, John Fitzgerald Kennedy, encaminha uma mensagem ao Congresso daquele país, reconhecendo os **direitos do consumidor**.

No comunicado proferido por John F. Kennedy, aferimos a indicação de quatro direitos fundamentais dos consumidores, quais sejam:

direito à **segurança**;

direito à **informação**;

direito à **escolha** e

direito de ser **ouvido**.

Constituição Federal

A Constituição Federal brasileira trata da defesa e proteção dos interesses do consumidor como um **direito fundamental**; determinando, no **artigo 48** do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a criação do CDC.

artigo 5º inciso XXXII: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”;

artigo 24, inciso VIII: determina que compete a União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar sobre a responsabilidade por dano ao consumidor;

artigo 150, parágrafo quinto: “a lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços” e também como princípio da ordem econômica e financeira nacional, no **artigo 170**.

Código de Defesa do Consumidor

À época em que o CDC entrou em vigor no Brasil, em 12 de março de 1991, a sociedade passou a considerá-lo como um mecanismo que trazia a **desarmonia** ao mercado de consumo.

O Código ora instruído era **desacreditado** pela sociedade e, até mesmo, por alguns operadores do direito. Pensavam esses, que as normas contidas no Código de Proteção e Defesa do Consumidor traziam direitos e obrigações que abominavam o fornecedor; normas, estas, que levariam as empresas à **falência**.

Ora, o Código realmente trata consumidor e fornecedor de maneira **desigual**, porém, com o intento de **equilibrar** a relação entre os **desiguais**.

Código de Defesa do Consumidor

o Código trouxe normas modernas que visam à harmonização das relações de consumo. O CDC trata, realmente, de forma **desigual** os sujeitos das relações de consumo, por serem notadamente desiguais; e, não sendo desta forma, não caberia falar em **harmonia**, em **equilíbrio**, pois a parte vulnerável da relação, que é o consumidor, não teria mecanismos para, efetivamente, tomar poder de igualdade com o fornecedor.

Portanto, a **vulnerabilidade do consumidor** justifica a existência do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, além de diferenciá-lo do Código Civil brasileiro.

Dentre todos os princípios do CDC, devemos destacar, como sendo os princípios vitais, a vulnerabilidade do consumidor e o princípio da eticidade (exigência da boa-fé) nas relações de consumo.

Código de Defesa do Consumidor

Características fundamentais do CDC:

- **O CDC é um *microsistema jurídico*, com caráter *inter e multidisciplinar* .**
- **Lei *principiológica* (regido por princípios que visam reequilibrar a desigualdade da relação jurídica).**
- **O Código traz normas de ordem pública e interesse social (são inderrogáveis e indisponíveis, ou seja, as partes não podem recusar tais direitos. A lei é protetiva. Casos particulares podem atingir toda a coletividade).**

Histórico

Portanto, o Código do Consumidor tem o intento de equilibrar as relações jurídicas de consumo, que são relações praticadas entre **desiguais**: consumidores e fornecedores, tendo por objeto produtos e serviços.

Quem pode ser considerado como sendo Consumidor e Fornecedor?