trilhante

Noções Gerais

O Direito do Consumidor é tratado como um direito fundamental, previsto na Constituição Federal e garantido pelo Estado. A ideia da regulação das relações de consumo é estabelecer um equilíbrio entre os sujeitos (consumidor e fornecedor) para tornar o mercado mais confiável e evitar práticas abusivas.

Vale ressaltar também que a defesa do consumidor está elencada na Constituição como um dos princípios da Ordem Econômica. Dessa forma, as mudanças e evoluções no mercado de consumo se desenvolvem observando todos os princípios relacionados a esta área, afastando a criação de novas práticas ou modelos de negócios que prejudiquem o consumidor.

Além de tais previsões constitucionais, o Direito do Consumidor é regido pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), ou simplesmente CDC. Logo no início, a lei traz a Política Nacional das Relações de Consumo, que procura estabelecer critérios para um atendimento digno das necessidades dos consumidores e a proteção dos seus interesses econômicos, orientando a área consumerista através dos princípios que veremos a seguir.

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

Princípios

Princípio da Vulnerabilidade

Previsto no art. 4º, inciso I, o princípio da vulnerabilidade retrata bem a essência desta área. Trata-se da ideia de que o consumidor se encontra em uma posição desvantajosa com relação ao fornecedor de produtos e serviços.

Presume-se, portanto, que o consumidor não possui o conhecimento técnico, o poderio econômico e o suporte jurídico que normalmente está à disposição do fornecedor. É a situação fática de vulnerabilidade, entre outros aspectos, que permite identificar uma relação de consumo.

Princípio do Equilíbrio

Tendo como base a vulnerabilidade do consumidor, o princípio do equilíbrio estabelece que, tanto o legislador quanto o julgador, devem buscar uma igualdade substancial ao criar regras e ao interpretar as relações de consumo.

Além disso, exige-se que as partes nas relações consumeristas ajam com boa-fé objetiva, evitando atividades de cunho malicioso ou degradante para obter vantagem.

Princípio da Intervenção Estatal

Este princípio estabelece que o Estado, para cumprir com o seu dever constitucional, deve agir direta ou indiretamente para tutelar os interesses dos consumidores e garantir a efetividade dos seus direitos. A atuação pode se dar por meio de políticas governamentais estabelecidas em lei ou até mesmo através do poder de polícia e de fiscalização.

Princípio da Informação

Esta máxima dispõe que o consumidor deve ser educado acerca de todos os seus direitos e ter acesso à todas as informações úteis e necessárias acerca de um produto ou serviço oferecido, para garantir maior segurança e qualidade nas relações de consumo.

Princípio da Garantia de Adequação

Os fornecedores devem garantir a plena adequação dos seus produtos ou serviços aos requisitos mínimos de segurança e qualidade do mercado. Dessa forma, o consumidor tem respeitado os seus interesses econômicos e garantida uma melhor qualidade de vida.

Princípio da Publicidade

Diretamente ligado à ideia de informação de qualidade, o princípio da publicidade visa proteger o consumidor das atividades de propaganda que apresentem informações imprecisas, enganosas, abusivas ou ofensivas. Portanto, trata-se de um princípio que demanda do fornecedor uma publicidade transparente e verossímil.

Previsão Legal

Os princípios mencionados acima e as demais regras básicas sobre a Política Nacional das Relações de Consumo se encontram no art. 4º e 5º do CDC:

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

> I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
>
> II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor
>
> [...]
>
> III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;
>
> IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;
>
> V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;
>
> VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
>
> VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;
>
> VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.