



GABRIEL SORPILE KREB

**DIREITO DO CONSUMIDOR:  
FERRAMENTA INDISPENSÁVEL NAS RELAÇÕES DE  
CONSUMO**

---

Apucarana  
2021

GABRIEL SORPILE KREB

**DIREITO DO CONSUMIDOR:  
FERRAMENTA INDISPENSÁVEL NAS RELAÇÕES DE  
CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Direito,  
ao Curso de Direito, da Faculdade do Norte  
Novo de Apucarana – FACNOPAR.

Prof. Esp. Paulo Rossano dos Santos  
Gabardo Júnior.

GABRIEL SORPILE KREB

**DIREITO DO CONSUMIDOR:**  
FERRAMENTA INDISPENSÁVEL NAS RELAÇÕES DE  
CONSUMO

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado como requisito parcial à  
obtenção do grau de Bacharel em Direito,  
ao Curso de Direito, da Faculdade do Norte  
Novo de Apucarana – FACNOPAR.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Orientador  
Faculdade do Norte Novo de Apucarana

---

Prof. Componente da Banca  
Faculdade do Norte Novo de Apucarana

---

Prof. Componente da Banca  
Faculdade do Norte Novo de Apucarana

Apucarana, 22 de novembro de 2021.

## **DIREITO DO CONSUMIDOR: FERRAMENTA INDISPENSÁVEL NAS RELAÇÕES DE CONSUMO<sup>1</sup>**

Gabriel Sorpile Krebs <sup>2</sup>

**SUMÁRIO:** 1 INTRODUÇÃO; 2 DIREITO DO CONSUMIDOR; 2.1 DAS DEFINIÇÕES; 2.2 O DIREITO DO CONSUMIDOR NA CONSTITUIÇÃO FEDERAL E NOS PRINCÍPIOS GERAIS DO DIREITO; 3 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR; 3.1 DA HISTÓRIA; 3.2 CONTRIBUIÇÕES IMPORTANTES DO CDC; 4 O DIREITO DO CONSUMIDOR NA PANDEMIA E NO PÓS-PANDEMIA; 4.1 PANDEMIA DA COVID-19: UMA NOVA REALIDADE MUNDIAL; 4.2 MUDANÇAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO DURANTE A PANDEMIA; 4.2.1 Preços abusivos; 4.2.2 Realização inadequada de serviços; 4.2.3 Propagandas enganosas; 4.2.4 Cancelamento de eventos; 4.2.5 Cancelamento ou suspensão de contratos; 4.3 OS DIREITOS DO CONSUMIDOR E O PÓS-PANDEMIA; 5 CONCLUSÃO. REFERÊNCIAS.

**RESUMO:** O presente trabalho aborda o Direito do Consumidor como ferramenta indispensável nas relações de consumo. O Brasil é um gigante comercial e incontáveis são as relações entre fornecedores e consumidores. É papel do Direito organizar tais relações e estabelecer diretrizes visando que os serviços e produtos sejam desempenhados e entregues de modo satisfatório a ambas as partes, protegendo, sobretudo, a parte mais vulnerável, que não detém os meios de produção. Neste íterim, o trabalho apresenta, panoramicamente, os mecanismos legais já existentes que atuam na Defesa do Consumidor, como o Código de Defesa do Consumidor e outros dispositivos. Além disso, esta obra trata de algumas mudanças nas relações de consumo no período pandêmico e como pode ser feito um prognóstico acerca do momento pós-pandêmico. A metodologia de pesquisa utilizada foi a revisão bibliográfica em livros, periódicos e afins de autores renomados no Direito. Pôde-se concluir que, em momentos de crise humanitária global, como é o caso da pandemia da covid-19, o Direito possui ainda mais um caráter de proteção aos vulneráveis das relações de consumo, além do que, o próprio Direito precisa flexibilizar-se para atender de modo eficiente as demandas da nova realidade mercadológica.

**PALAVRAS-CHAVES:** Direito do Consumidor; Fornecedor; Consumidor; Ferramenta; Pandemia; Vulneráveis.

**ABSTRACT:** The present article approaches Consumer Law as an indispensable tool in consumer relations. Brazil is a commercial giant and there are countless relationships between suppliers and consumers. It is the role of the Law to organize such relationships and establish guidelines so that services and products are

---

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Direito, do Curso de Direito da Faculdade do Norte Novo de Apucarana – FACNOPAR. Orientação a cargo do Prof. Esp. Paulo Rossano dos Santos Gabardo Júnior.

<sup>2</sup> Bacharelado do Curso de Direito da Faculdade do Norte Novo de Apucarana – FACNOPAR. Turma do ano de 2017. E-mail para contato: gabrielkreb2@gmail.com

performed and delivered in a satisfactory manner to both parties, protecting, above all, the most vulnerable party, which does not have the means of production. In the meantime, the work presents, in a panoramic way, the existing legal mechanisms that operate in Consumer Protection, such as the Consumer Defense Code and other provisions. In addition, this work deals with some changes in consumption relations in the pandemic period and how a prognosis can be made about the post-pandemic moment. The research methodology used was a bibliographic review in books, periodicals and the like by renowned authors in Law. It can be concluded that, in moments of global humanitarian crisis, as is the case of the covid-19 pandemic, the Law has even more a character of protection for the vulnerable in consumer relations, in addition to which, the Law itself needs to be more flexible. to efficiently meet the demands of the new market reality.

**KEYWORDS:** Consumer Rights; Provider; Consumer; Tool; Pandemic; Vulnerable.

## 1 INTRODUÇÃO

As relações de consumo são características fundamentais da humanidade, existem desde os tempos mais remotos e tem-se aprimorado juntamente à evolução das civilizações. Hodiernamente, no Ocidente, de um lado, existem os que detém os meios de produção, fabricam e fornecem produtos ou serviços, dos mais variados tipos, para os mais diversos fins; de outro, encontram-se os consumidores. Verdade é que o mercado de consumo é amplamente complexo e cheio de inter-relações, sendo que, desde a extração da matéria-prima, passando pelo desenvolvimento do produto, percorrendo toda a cadeia produtiva, até chegar ao consumidor final, existe um trajeto repleto de consumidores e fornecedores intermediários. Porém, a grosso modo, existem os entes fornecedores e os consumidores.

Diante de um contexto tão amplo e relevante de relações humanas e jurídicas envolvendo os processos de consumo, há de se convir que a normatização de procedimentos e a regulamentação destas relações de consumo fazem-se fundamentais, garantindo desde a preservação do meio-ambiente no processo de fabricação dos produtos, assegurando a qualidade dos materiais e serviços, bem como oferecendo diretrizes claras às empresas, protegendo os funcionários e possibilitando-lhes condições de saúde no trabalho, além de minimizar o risco de golpes por parte do consumidor final, que é geralmente mais vulnerável, sobretudo, em período pandêmico, etc.

Este trabalho incumbe-se de abordar como tema o Direito do

Consumidor, como ferramenta indispensável nas relações de consumo. Ressalta-se a importância da interdisciplinaridade nas pesquisas científicas, uma vez que, quando se abordam as relações de consumo, múltiplos aspectos dos entes envolvidos devem ser considerados além do Direito Constitucional do Consumidor propriamente dito, como questões culturais e sociais dos consumidores, e até mesmo aspectos mais subjetivos e psicológicos relativos aos anseios do clientes. Sendo impossível abordar nesta obra todo arcabouço teórico-prático relativo ao tema, este trabalho objetiva apresentar, de modo claro e conciso, razões principais do porquê o Direito do Consumidor é ferramenta essencial nas relações de consumo (LENZA, 2013).

Diante da magnitude do tema elucidado nesta obra, seja por sua relevância econômica, alimentar, ambiental, científica ou afim, muitos poderiam ser os assuntos abordados. No entanto, o presente trabalho delimitou a pesquisa por meio do seguinte questionamento: Por que o Direito do Consumidor se faz ferramenta indispensável nas relações de consumo, para o cenário mercadológico brasileiro? Tal indagação norteou esta obra por ser o Brasil um gigante comercial, tanto na exportação de bens e serviços, quanto no consumo interno. Mesmo em um contexto de medo e paralisação comercial devido à pandemia da Covid19, a balança comercial brasileira obteve superávit em 2020, sendo o total das exportações em mais de 209,92 bilhões de dólares e o das importações mais de 158,93 bilhões. Ainda de acordo com o Banco Mundial (2020), o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro figurou bem próximo aos 2 trilhões de dólares. É inegável, portanto, a importância de compreender tais relações de Consumo, à luz do Direito.

O presente trabalho tem como metodologia de pesquisa a revisão bibliográfica em livros, sites, artigos, revistas científicas e demais materiais acadêmicos, prioritariamente publicados nos últimos dez anos, de autores de renome no ramo do Direito, com enfoque nas relações de consumo e Direito do Consumidor, tais como Alda Lídia Ferreira Gonçalves (2012), Bruno Miragem (2020), Luiz Antônio Rizzatto Nunes (2018; 2020), Ricardo Antônio Andreucci (2019), Ricardo Maurício Freira Soares (2011), dentre outros. Algumas palavras foram norteadoras no processo de pesquisa do trabalho científico, tais como: relações de consumo, consumidor, fornecedor, Direito do Consumidor, Código de Defesa do Consumidor, pandemia, vulnerabilidade, e outras.

Este trabalho tem por objetivo geral compreender e abordar como o Direito do Consumidor é indispensável às relações de consumo, através da prática,

aprimoramento ou criação de ferramentas normativas que contemplem o atual cenário mercadológico brasileiro. No capítulo primeiro, buscar-se-á analisar, panoramicamente, o Direito do Consumidor na legislação brasileira; no segundo capítulo, buscar-se-á compreender o Código de Defesa do Consumidor e suas principais contribuições; já no terceiro capítulo, abordar-se-ão novas perspectivas sobre possibilidades de aprimoramento das relações de consumo em período pandêmico e pós-pandêmico.

## **2 DIREITO DO CONSUMIDOR**

### **2.1 Das Definições**

O Ser humano por si só, vive em sociedade desde os primórdios, e o Direito foi criado para estabelecer a paz, e condições de desenvolvimento da paz. O Direito foi estabelecido e criado com a ideia de justiça, porém, a ideia de ressocialização só veio muito tempo depois de já criado. De uma forma mais superficial, Direito dos consumidores é um conjunto de normas legais que estabelecem infrações penais, e sanções pelos seus descumprimentos.

O homem, desde os primórdios de sua existência, sempre viveu buscando opções de defesa e de sobrevivência, e segundo Andreucci<sup>3</sup>, com o passar do tempo, a evolução da espécie levou-o à conclusão de que deveria estabelecer uma forma de resolução de seus conflitos de interesses interpessoais, optando a sociedade pela criação de um ente, denominado Estado, representativo de todos os cidadãos, que passaria a estabelecer regras destinadas a reger o comportamento humano, compondo, na medida do possível, as lides de natureza pública e de natureza privada COELHO (1999):

Isto mostra como importante foi à criação de uma ferramenta ao qual serviu e serve como parâmetros e resolução de conflitos, e estabelece que a função principal do Direito seja a proteção dos bens jurídicos penais do indivíduo e da sociedade, mas o Direito também é dividido em dois pontos de vista, segundo Regis Prado:

Do ponto de vista objetivo, o Direito significa não mais do que um conjunto de

---

<sup>3</sup> ANDREUCCI, Ricardo Antônio. **Manual de Direito Penal**. 13ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019. p. 41.

normas que definem os delitos e as sanções que lhes correspondem, orientando, também, sua aplicação. Já em sentido subjetivo, diz respeito ao direito de punir do Estado, correspondente à sua exclusiva faculdade de impor sanção diante da prática do dolo. Fundamenta-se no critério de absoluta necessidade e encontra limitações jurídico-políticas, especialmente nos princípios penais fundamentais.<sup>4</sup>

Pode se notar que a relação entre o autor do crime e a vítima é secundária, já que a segunda não tem o direito de punir, como era nos tempos antigos, onde existia o ditado “olho por olho, dente por dente” ,sendo este pertencente ao Estado, mas o que realmente distingue o Direito Penal dos demais ramos do direito, segundo Bitencourt é o seu caráter fragmentário, no sentido de que representa a *última ratio* do sistema para a proteção daqueles bens e interesses de maior importância para o indivíduo e a sociedade a qual pertence. Além disso, o Direito dos consumidores se caracteriza pela forma e finalidade com que exercita dita proteção<sup>5</sup>, viável dizer que uma das características principais do Direito é seu caráter preventivo, ao qual sua sanção não recai apenas ao autor de um ato, mas como uma forma de exemplo para todos da sociedade, porém a correntes que colocam a característica de caráter protetivo.

## 2.2 O Direito do Consumidor na CF e nos Princípios Gerais do Direito

Sabe-se, portanto que a Carta Magna, a Constituição Federal de 1988 (CF), é a legislação de maior importância da nação, configurando uma garantia pétrea de direitos e deveres à população, devendo ficar submetidas a ela todas as demais leis vigentes em território nacional. A própria CF determinou:

Art. 5º, XXXII - O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; Art. 24, VIII - Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: [...] responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico. Art.37, § 6º - As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviço públicas responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros. Art. 150, § 5º - A lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços. Art. 170, V - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existências dignas, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] defesa do consumidor. (NUNES, 2000, p. 24).

---

<sup>4</sup> PRADO, Luiz Regis. **Curso de Direito Penal Brasileiro**. 8º edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, v. 8. p. 56.

<sup>5</sup> BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de Direito Penal**. 25ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019, v.1, p.43.



São notáveis os avanços constitucionais proporcionados aos consumidores<sup>4</sup>. É possível afirmar que tem havido um processo de lapidação no que tange às relações de consumo<sup>5</sup>. No entanto, há ainda muito a ser feito. Mesmo assim, NUNES (2000) afirma que é também impossível desmentir que a criação e vigência do Código de Defesa do Consumidor (CDC) “introduz na vida do consumidor brasileiro um instrumento jurídico de proteção jamais visto, trazendo em seu bojo, inclusive, ineditismo judicial, como a inversão do ônus da prova e a desconsideração da personalidade jurídica”. (NUNES, 2000, p. 24).

Além disso, conforme assevera o sexto artigo do CDC, são direitos básicos do consumidor: Educação e divulgação sobre o consumo adequado e correto dos produtos e serviços; Proteção da vida, da saúde e da segurança; Informações (quantidade, qualidade, composição, característica e preço) sobre os produtos e serviços; Proteção contra a publicidade enganosa e abusiva (caso seja enganado tem o direito de trocar o produto ou ter o dinheiro de volta); Qualidade e eficiência dos serviços públicos em geral (NUNES, 2000).

Diante da inegável relevância do Código de Defesa do Consumidor, ressalta-se que, há de se estudar a atual conjuntura, inclusive pós-pandêmica, para fazer as alterações cabíveis ou ainda criar nova legislação que auxilie nas relações de consumo.

Igualmente, diante da elevada taxa de informalidade brasileira e conseqüente não fiscalização correta da prestação de serviços e/ou venda de bens, faz-se capital viabilizar a divulgação massiva dos dispositivos legais, como o CDC, além de possibilitar que mesmo diante da informalidade ou no contexto das pequenas empresas, as relações de consumo se estabeleçam respeitando ao máximo direitos e deveres constitucionais e de legislações específicas. Estudar e compreender como se dão as novas relações de consumo são essenciais para a criação ou aprimoramento de ferramentas do Direito relativo às relações de consumo (FIGUEIREDO, 2006).

Tanto o direito Penal, como os demais ramos do direito, é regido por princípios, que o norteiam para realizar sua finalidade com sucesso. Esses princípios limitam o poder punitivo do Estado (REALE, 2001), resguardando todos os direitos do âmbito jurídico, porém, não se deve esquecer que esses princípios são garantidos para o Estado e os indivíduos, e pelas palavras de Bitencourt:

Poderíamos chamar de princípios reguladores do controle penal, princípios constitucionais fundamentais de garantia do cidadão, ou simplesmente de Princípios fundamentais de direito penal de um Estado social e democrático

de direito. Todos esses princípios são garantias do cidadão perante o poder punitivo estatal e estão amparados pelo novo texto constitucional de 1988.<sup>6</sup>

O exercício do Estado de punir vem após a criação e promulgação de leis, assim por meio dos princípios a uma limitação e proporcionalidade no poder de punir, e segundo Regis Prado, os primeiros são princípios penais constitucionais, e os segundos são constitucionais penais. Tanto em um sentido como em outro, operam como fundamento e limite do exercício da atividade punitiva estatal.<sup>7</sup>, a diferenciação dos dois fica em conta de que alguns princípios constitucionais se estabelecem exclusivamente ao Direito Penal, e tendo outros que estão juntos com os demais ramos do Direito.

O Princípio da Legalidade, basicamente, conceitua-se sendo que ninguém pode ser responsabilizado penalmente se não existir uma lei que defina aquele ato como criminoso, e tem previsão expressa no art. 1º do CP e no art. 5º, XXXIX, da Constituição Federal.

O princípio da legalidade também é chamado de o princípio da reserva legal, pois a definição de crimes e sanções apenas podem ser ditas pela lei, e não de outras formas legislativas.

Os tipos penais, ao definirem condutas, trazem consigo a delimitação do que é proibido. Dessa forma, comunicam ao destinatário da norma seu espaço de atuação dentro do tecido social, orientando assim suas condutas. Não fosse a existência prévia de lei o Direito Penal não poderia pretender impedir, através da coação psicológica operada pela ameaça de pena, a prática de tais ou quais condutas.

Este princípio teve origem graças à Magna Carta de 1215, onde nenhuma pessoa podia ser presa ou privada de sua propriedade, a não ser da lei da terra. O princípio da legalidade teve influência fundamental na Teoria do Contrato Social. Diversos pensadores do Iluminismo, dentre eles Francis Bacon, Montesquieu e Hobbes, sustentaram a necessidade da contenção do arbítrio judicial e a submissão do juiz a lei, pois só está pode estabelecer o que é antijurídico e a sua sanção<sup>8</sup>.

Este princípio resguarda o direito à liberdade que o ser humano tem, pois o Estado somente vai poder usar de seus poderes punitivos quando o delito cometido por este estiver descrito em lei, e cominado com uma pena (SILVA, 2005).

---

<sup>6</sup> BITENCOURT, Cezar Roberto. Tratado de Direito Penal. 25ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019, v.1, p.43.

<sup>7</sup> PRADO, Luiz Regis, 2008, pag. 129.

<sup>8</sup> Prado - Ibidem, p. 82.

Alguns autores acreditam que o princípio mais relevante do ordenamento jurídico seja o princípio da isonomia, porém, uma grande parte da doutrina conceitua o princípio da dignidade da pessoa humana como o a base dos demais princípios, pois é com este princípio que os demais princípios são regidos. A dignidade foi algo a ser construído com o passar do tempo, e veio a início no começo do século XXI.

Nas palavras de Rizzatto Nunes, sobre este princípio:

Não se vai aqui discutir se o ser humano é naturalmente bom ou mau. Nem se vai refletir com conceitos variáveis do decorrer da história, pois, se assim fosse, estar-se-ia permitindo toda sorte de manipulações capazes de colocar o valor supremo dignidade num relativismo destrutivo de si mesmo. E, conforme colocamos desde o início, a dignidade é garantida por um princípio. Logo, é absoluta, plena, não pode sofrer arranhões nem ser vítima de argumentos que a coloquem num relativismo.<sup>9</sup>

A dignidade tem dois aspectos diferentes, sendo um pelo simples fato de sua pessoa humana, e o outro o direito de ter uma vida digna. Mas dignidade é diferente de honra, pois o homem condenado por Estupro pode ter sua foto publicada como procurado, e veja-se que este não tem honra, mas sua dignidade tem que estar inata (AGUIAR JÚNIOR, 1995).

O princípio da dignidade da pessoa humana permite, assim, reconstruir semanticamente o modo de compreensão e aplicação dos direitos fundamentais no sistema jurídico brasileiro, potencializando a realização do direito justo ao oportunizar: a aceitação da aplicabilidade direta e imediata dos direitos fundamentais; o reconhecimento da fundamentalidade dos direitos sociais de cunho prestacional (RODOTÀ, 2008); a inadequação dos conceitos de “reserva do possível” no constitucionalismo brasileiro; a aceitação da ideia de vedação ao retrocesso no campo dos direitos fundamentais; e a recusa à hipertrofia da função simbólica dos direitos fundamentais.<sup>10</sup>

Este princípio é o basilar da Constituição Federal de 1988, e servindo assim de fundamento para todo o resto do ordenamento jurídico, não apenas no Direito Penal, mas também em todos os outros ramos do Direito.

O princípio da boa-fé prática é decorrente dos princípios da decência da pessoa humana e da confiança. Está catalogado à solidariedade, à eticidade, à

---

<sup>9</sup> NUNES, Rizzatto. **O Princípio Constitucional da Dignidade da Pessoa Humana**. 4ª edição. São Paulo: Saraiva Jur. 2018. p. 69.

<sup>10</sup> SOARES, Ricardo Maurício Freira. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana: em busca do direito justo**. São Paulo: Saraiva. 2010. p. 150.

lisura, à lealdade, à probidade, à honestidade e à sociabilidade que necessitam gerir a conduta humana em qualquer esfera. Não se atarraca com a boa-fé subjetiva, que pressupõe um estado de estupidez do sujeito, que se supõe titular de um direito sem sê-lo.

Aborda-se de cláusula geral, positivada nos artigos 113 e 422, do Código Civil, porém que deve ser critério norteador de todo o ordenamento jurídico, inclusive do Direito do Trabalho - que tem no Direito Comum uma de suas fontes (artigo 8º, CLT). Tem substância imprecisa, aberto, a ser inteirado pelo operador jurídico no caso concreto, relacionado a obrigações laterais e acessórios do contrato (RODRIGUES, 2002). É um modelo de conduta social, arquétipo jurídico que deverá ser apreciado subjetivamente, conforme a realidade concreta. (PINTO; WINDT; CÉSPEDES, 2008).

O princípio da boa-fé exerce as seguintes funções; Cânone hermenêutico - função interpretativa. O princípio da boa-fé traduz um procedimento das partes de acordo com a finalidade e a função social da relação jurídica. Este desempenho auxilia o operador jurídico a, diante do fato concreto, classificar a natureza da relação jurídica vivente e a preencher as lacunas. Esta função explica, por exemplo, a noção objetiva de subordinação jurídica, que tem como indicativo o fato de o labor do trabalhador ser essencial à atividade econômica do tomador. A função hermenêutica integrativa da boa-fé também atua para identificar o comportamento das partes, conforme a finalidade do contrato e sua função social; Limitação ao exercício de direitos subjetivos - debate-se de um desdobramento da teoria do abuso de direito. O princípio da boa-fé objetiva, sob esta ótica, atua com a finalidade de constituir o critério para caracterizar abuso de direito.

A defesa do consumidor é, portanto, estabelecida como Direito Fundamental, conforme evidencia artigo 5º, XXXII da CF, "O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". Além disto, o artigo 170 da Constituição Federal é aquele que trata sobre os princípios gerais da ordem econômica, sendo que nele aborda-se também acerca da Defesa do Consumidor, em seu inciso V. Portanto, além de Direito Fundamental expresso nas linhas da CF, o Direito do Consumidor também é tratado constitucionalmente como um princípio geral da ordem econômica. Sendo que o Estado deve promover, na forma da lei, a defesa do consumidor, o Estado Brasileiro estabeleceu, então, o Código de Defesa do Consumidor, em 11 de Setembro de 1990, pela Lei 8.078. Faz-se muito importante ressaltar que o Decreto

2.181/91, de 20 de Março de 1997, é responsável por organizar o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), além de regulamentar o próprio CDC.

Para que exista uma relação de consumo é necessário que haja os sujeitos do processo, sendo estes o fornecedor e o consumidor. Legalmente, como evidencia o CDC em seu artigo 2º “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Há também expresse em parágrafo único do mesmo artigo: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Sendo assim, além do consumidor mais comumente tratado, tipicamente caracterizado, existe também o consumidor equiparado, expresse no parágrafo único do segundo artigo do CDC, como em outros artigos, a saber, o décimo sétimo e décimo nono. Em suma, todos aqueles que, mesmo não participando de forma direta das relações de consumo, sendo afetados por elas, podem ser considerados consumidores equiparados. Já os fornecedores são assim definidos pelo CDC, no artigo 3: “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.”

No que tange aos fornecedores, faz-se fundamental que este desenvolva uma atividade de produção, e não apenas atos esporádicos, a fim de atingir uma finalidade específica. Atividade de produção traz a ideia de um conjunto de atos ordenados, não meramente algo ocasional (BENJAMIN, 1993). Nas relações de consumo tem-se sempre o pressuposto da vulnerabilidade como elemento essencial. A vulnerabilidade está presente diante do consumidor pelo fato que ele não detém a expertise dos meios de produção para, de per si, obter os produtos ou serviços finais almejados. Ressalta-se, no entanto, que vulnerabilidade não é equivalente a hipossuficiência.

### **3. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

#### **3.1 Da História**

De acordo com Gonçalves (2012), o fato mais importante para a origem do Código de defesa do consumidor, foi a Revolução Industrial, quando o

processo produtivo aumentou e assim, necessitava de garantir segurança e qualidade nos produtos e serviços. Segundo a autora, “o Código de defesa do Consumidor tem o objetivo de buscar o equilíbrio nas relações de consumo e trazer o desenvolvimento econômico, através do faturamento das empresas e da satisfação dos clientes” (GONÇALVES, 2002, p.21).

No entanto, antes de ser incluída na Carta Constitucional de 1988, a defesa do consumidor, no Brasil, teve como marco a edição da Lei nº 7.347/85, também conhecida como Lei da Ação Civil Pública, a mesma tinha vistas à proteção dos interesses difusos da sociedade (BESSA; MOURA, 2010). E neste mesmo ano, foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor. Só então, o Direito do Consumidor foi consolidado na Legislação Brasileira com a edição da Lei 8.078 / 90 (Código de Defesa do Consumidor, CDC). Além de objetivar a prevenção de abusos contra quem se encontra em situação de “desvantagem” e vulnerabilidade, o Código também visa à proteção do mercado consumidor, reprimindo a concorrência desleal nas práticas empresariais e agilizando os serviços públicos, prevendo também penalidades penais em casos específicos. Segundo consta no art. 170 da Constituição Federal de 1988:

Art. 170 – A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social...

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor foi criado com o objetivo de equilibrar as relações dos consumidores e oferecer proteção para quem consome (BARRETO, 2006). O Código visa dar proteção completa ao consumidor, regulamentando aspectos comportamentais e processuais e estipulando regras para o funcionamento do mercado. A relação de consumo, conforme considerada na legislação brasileira, é bipolar, formada por um consumidor e um fornecedor, ambos ligados por um objeto comum que é, necessariamente, um serviço ou um produto. Estes três elementos devem coexistir necessariamente, sob pena de o Código de Defesa do Consumidor não se aplicar ao caso concreto, e sim apenas o direito civil, que rege as relações entre particulares (RIOS, 1998).

O CDC define consumidor como o destinatário final que adquire bens ou contrata serviços (artigo 2º do CDC). No que diz respeito ao fornecedor, produto e serviço, o artigo 3 do CDC os define como: fornecedor é qualquer " pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como as entidades

despersonalizadas envolvidas nas atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou serviços”. Produto é "qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial", enquanto serviço é “qualquer atividade fornecida ao mercado consumidor, mediante remuneração, incluindo atividades bancárias, financeiras, de crédito e de seguros, exceto as que sejam prestadas ao abrigo de contratos de trabalho”.

É importante observar que as instituições financeiras também devem cumprir o Código de Defesa do Consumidor. Esse entendimento foi confirmado pelo Supremo Tribunal Federal (STF) em seus Atos Informativos 452, 430, 425 e 417 e em sua decisão da Ação de Inconstitucionalidade ADI 2.591/DF de 07/06/2006. Assim, adotou um entendimento consolidado de que a definição de “consumidor” no Código de Defesa do Consumidor abrange toda pessoa física ou jurídica que utilize, como consumidor final, serviços bancários, financeiros e de crédito.

Nesse sentido, o CDC tem ampla cobertura e garantias de que o consumidor estará protegido contra incidentes e defeitos de consumo (artigos 12, 14, 18 e 20 do CDC), ou seja, contra produtos ou serviços que causem danos ao próprio consumidor ou a terceiros na utilização dos mesmos (incidentes de produto / serviço) ou que não funcionem adequadamente, diminuindo o valor do produto ou serviço (incidentes de produto / serviço) (DEL MASSO, 2012). Os regulamentos de defesa do consumidor também estabelecem mecanismos para a efetiva proteção judicial do consumidor a fim de facilitar sua defesa, tais como a 'reversão do ônus da prova', 'responsabilidade objetiva', 'indenização por danos patrimoniais e morais', entre outros.

Dentre as garantias mencionadas acima, destaca-se a responsabilidade *stricto sensu* do fornecedor (artigo 12 do CDC). Ao contrário do direito civil, que exige a prova de culpa, no direito do consumidor basta a simples existência de dano efetivamente causado ao consumidor (SOBRINHO; SILVA, 2011). Isso significa que o fornecedor (seja produtor, distribuidor, revendedor etc.) é responsável pelo dano causado ao consumidor independentemente de sua culpa, na medida em que o consumidor presumivelmente não tenha condições de se defender por razões econômicas ou técnicas, ou mesmo porque é a parte mais fraca em um termo. Assim, a responsabilidade *stricto sensu* pretende colocar o consumidor e o fornecedor no mesmo patamar (GIL, 2002).

### 3.2 Contribuições Importantes do CDC

Um tópico assaz importante estabelecido no CDC é a obrigação do fornecedor de fornecer ao consumidor determinadas informações sobre o produto ou serviço, como suas características, qualidade, quantidade, composição, etc. A autoridade administrativa ordenará ao fornecedor que o faça, independentemente da obrigação de indenizar e da penalização administrativa e criminal. Esta obrigação de informar é obrigatória e a informação deve ser obrigatoriamente prestada em língua portuguesa, inclusive no que se refere aos produtos que se destinam à exportação (SOUZA, 2003).

Ainda outro aspecto que também deve ser destacado é a exigência de que o produto seja acompanhado de um manual de instruções, bem como de um certificado de garantia, ambos redigidos em linguagem clara e simples, e também em português. Esses requisitos são obrigatórios de acordo com o artigo 50 do CDC, e tais informações devem ser fornecidas pelo fornecedor para os produtos que são comercializados no Brasil e para os produtos que são exportados. Com esse material o consumidor tem a oportunidade de conhecer o conteúdo do produto e manipular as informações e, na falta disso, o contrato que rege a relação de consumo não vincula o consumidor (artigo 46 do CDC).

De acordo com o CDC, o consumidor pode, via de regra, exercer seu direito de reclamar dos defeitos encontrados em produtos e serviços nos seguintes casos: 1 - Em até 30 (trinta) dias no caso de defeitos perceptíveis visualmente e 2 - Em até a 90 (noventa) dias no caso de defeitos não aparentes. O prazo para reclamar em juízo os danos sofridos em razão do produto ou serviço defeituoso é de 5 anos (artigos 26 e 27 do CDC). O consumidor também pode reclamar perante órgãos administrativos como os órgãos estaduais e federais de defesa do consumidor (PROCON), que atuam em favor do consumidor e costumam figurar como mediadores, ou por meio de ações judiciais coletivas (MENDES, 2014).

Nesse sentido, o CDC autoriza expressamente os consumidores a adotar ações coletivas e ações públicas (Lei 7.347 / 85) por meio dos quais aqueles que o fizerem (artigo 82), em defesa dos interesses e direitos dos consumidores como coletividade (artigo 81 et seq.) poderá propor, em seu próprio nome e no interesse das vítimas ou seus sucessores, ação coletiva de indenização pelos danos individualmente sofridos, na forma da lei (SOBRINHO; SILVA, 2013).



## 4 O DIREITO DO CONSUMIDOR NA PANDEMIA E NO PÓS-PANDEMIA

### 4.1 Pandemia da Covid-19: uma nova realidade mundial

Desde Dezembro de 2019 o mundo não foi mais o mesmo. Uma pandemia viral avassaladora mudou completamente o *modus vivendi* de praticamente todos os cidadãos do globo. Sendo o Direito uma ciência que objetiva compreender e organizar as condutas sociais, por meio da definição de deveres e direitos, faz-se essencial refletir que, se o comportamento humano mudou, logo, o Direito precisa compreender as novas relações humanas e organizacionais, de modo que a sociedade, ainda que com condutas novas e distintas, siga sendo o mais justa e harmônica possível.

O termo “pós-pandemia” tem sido utilizado com muita frequência por noticiários jornalísticos, mídias de grande massa, especialistas da área da saúde, economia, educação e afins. Porém, não se pode programar em calendário uma data exata em que a Covid-19 seja considerada resolvida, pelo menos em termos de pandemia e liberação de protocolos sanitários impostos. É evidente que o cenário difere-se de país para país, uma vez que a gestão da saúde pública depende, sobretudo, das autoridades políticas federais, estaduais e municipais. No Brasil, inúmeros escândalos tem tido como pano de fundo a má gestão pública na pandemia.

O Brasil foi epicentro pandêmico por um período razoável, tendo obtido elevadíssimo índice de mortes e contaminados. Houve problemas com a distribuição de oxigênio em hospitais, letargia e escândalos envolvendo a aquisição de vacinas, falência no sistema de saúde pública (SUS) em leitos de UTI e enfermaria, por superlotação. Além, é claro, dos efeitos subjacentes, como piora considerável na saúde mental da população, aumento do número de desempregados, falência de inúmeras empresas e postos de trabalho formal e informal, elevação dos preços de alimentos e combustíveis. Enfim, a realidade brasileira piorou consideravelmente ao longo da pandemia, seja ela ou não o fator preponderante para que isso venha ocorrendo. Tem havido uma conjunção de fatores caóticos que exigem do Direito, inclusive, com relação ao Direito do Consumidor, um olhar mais acurado.

Mesmo que não se saiba ao certo quando se dará o fim da pandemia, tem-se obtido uma melhora considerável após a campanha de vacinação em massa.

É fato que a pandemia chegará ao fim e, impreterivelmente, precisa-se repensar em como será a humanidade no pós-pandemia, sendo que provavelmente muitas coisas não poderão ser como antes a fim que novas hecatombes não sucedam em pouquíssimo tempo. Ora, se haverá um novo normal, é provável e fundamental que se repense o Direito do Consumidor no pós-pandemia.

#### **4.2 Mudanças nas relações de consumo durante a pandemia**

É notório que, com as mudanças provocadas pela pandemia, as relações de consumo também tenham sofrido demasiadamente. Com o medo excessivo da contaminação através de produtos e serviços, grande parte da população deixou de frequentar lojas e centros comerciais, sobretudo, no início da pandemia, quando ainda nem se sabia com exatidão como se dava a transmissão viral por meio de superfícies. Muitas lojas fecharam fisicamente, atendendo apenas de forma exclusivamente remota/online. Há de se pensar também acerca dos incontáveis serviços que estavam programados e não puderam ser executados, como casamentos, shows, desfiles, eventos e afins, tendo em vista a impossibilidade da aglomeração, além de outros protocolos sanitários impostos por autoridades. É inegável que o relacionamento existente entre pessoas físicas e jurídicas sofreu alteração. Porém, diante de tantas mudanças e novidades, como proceder?

É válido frisar o excelente trabalho desempenhado pelo IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), que se trata de “uma associação de consumidores sem fins lucrativos, independente de empresas, partidos ou governos”. O IDEC teve origem no ano de 1987 através de um grupo de voluntários, cujos objetivos eram “orientar, conscientizar, defender a ética na relação de consumo e, sobretudo, lutar pelos direitos de consumidores-cidadãos”. Em seu sítio eletrônico e redes sociais, o IDEC presta seu apoio à população, esclarecendo dúvidas a respeito das relações de consumo, inclusive, ao longo da pandemia.

Como a pandemia se trata de um período de exceção, ou seja, de um momento peculiar onde a normalidade é abruptamente alterada, faz-se interessante defender que os prazos que haviam sido combinados para trocas de produtos, revisões e até mesmo consertos acionando a garantia, possam ser prorrogados, para que os consumidores consigam ter tempo hábil a fazê-los caso necessário, mesmo diante do cenário periclitante (IDEC, 2020).

#### 4.2.1 Preços abusivos

Um dos problemas mais noticiados, principalmente no início da pandemia, foram os abusos de preço nos itens de consumo. Não é incomum que a famigerada lei da oferta e da procura atue na regulação de preços por parte dos comerciantes. Quanto mais procurado e escasso é um item, logo seu preço aumenta. O inverso também acontece. Porém, não se pode aceitar a elevação indiscriminada do preço (SILVA NETO, 2020). Um exemplo claro na pandemia foi o aumento abrupto e significativo nos preços de produtos como máscaras cirúrgicas, álcool líquido ou em gel, e alguns EPI's (equipamentos de proteção individual). Houve lugares onde tais itens chegaram a faltar nas prateleiras por período considerável. Porém, não é aceitável que os fornecedores aumentem o preço objetivando claramente aproveitarem-se da situação calamitosa, obtendo vantagens escusas. Caso o consumidor perceba uma alta descomunal no preço de um item sem justificativa plausível, sobretudo, em um momento de crise sanitária global, faz-se necessária uma denúncia ao PROCON (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor) do seu Estado ou município.

Segundo o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), cujo caput afirma: “É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:”, em seu inciso V, “exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;” a elevação excessiva e com a intenção de obter vantagem é uma prática abusiva. Mais do que isso, de acordo com o Código Civil, tal prática configura lesão, vide o expresso no artigo 157 (BRASIL, 2002): “Ocorre a lesão quando uma pessoa, sob premente necessidade, ou por inexperiência, se obriga a prestação manifestamente desproporcional ao valor da prestação oposta”. Sendo esta a situação, faz-se possível a revisão do valor.

Como saber, no entanto, que o aumento de preço configura uma prática abusiva ou lesão? O oportunismo pode ser desmascarado levando-se em conta alguns fatores, tais como: fazer a comparação entre o preço atual e preço anterior dos produtos, de mesma marca e região, através de notas fiscais; observar o preço praticado por marcas concorrentes em relação ao mesmo produto; analisar se há muita ou pouca oferta deste item pelo mercado. É válido ressaltar que, em caso de dúvida, pode-se recorrer ao PROCON, ou demais órgãos de defesa do consumidor,

pois estes tem autoridade para exigirem a apresentação de documentos que comprovem o porquê do aumento praticado nos preços (IDEC, 2020).

#### 4.2.2 Realização inadequada de serviços

Recentemente o Brasil ultrapassou o número de seiscentos mil mortos pela Covid-19, de acordo com o consórcio de veículos de imprensa - Jornalistas de G1, O Globo, Extra, Estadão, Folha e UOL, os quais coletam nas secretarias de Saúde, e divulgam conjuntamente, os números de contaminados e mortos, tendo em vista que foram impostas limitações pelo Ministério da Saúde quanto à ampla divulgação (PORTAL G1, 2020). Sendo o número de mortos tão expressivo, além do fato que inúmeros especialistas acreditem na subnotificação, não é de se surpreender que os preços se serviços funerários também tiveram aumento. Foi emitido pelo Governo Federal, em meados da pandemia, um protocolo acerca de como deveria ser feito o manejo de corpos diante do novo coronavírus. Ficou estabelecido que não se recomendava a realização de velórios e funerais de vítimas ou suspeitos de terem morrido pela nova doença, uma vez que a aglomeração em locais fechados poderia propagar a contaminação. Quanto aos serviços funerários, é fundamental que aquele que contrata esteja ciente de todas as especificações contratuais. Infelizmente, em momentos tristes e dolorosos como este, a família acaba agindo às pressas e depois tendo problemas quanto ao desenvolvimento dos serviços. Não basta apenas observar se o preço está abusivo. Há que se conhecer a cobertura do serviço, pois muitas vezes o contrato pode não trazer informações necessárias, sobretudo, diante do novo cenário. De acordo com o artigo 20 do CDC, dada a realização inadequada da prestação de serviço, cabe a reparação por danos morais em casos graves. Assim afirma o referido artigo:

O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade. (BRASIL, 1990)

Uma expressão muito utilizada em se tratando de Direito do Consumidor é “propaganda enganosa”. Com a pandemia, e a conseqüente diminuição da ida de pessoas a lojas e comércios físicos, investiu-se muito nas vendas online, independente do veículo virtual utilizado. Quando uma pessoa vai até uma loja física e prova seu produto, toca nele, o experimenta, após compra-lo ainda existe a possibilidade de defeito ou insatisfação.

#### 4.2.3 Propagandas enganosas

Em se tratando de vendas virtuais, há de se pressupor que o risco de insatisfação seja tanto quanto ou maior que antes. A propaganda do produto é fundamental para que o consumidor explore suas características e faça sua escolha de modo assertivo. No entanto, como proceder em caso de propaganda enganosa, sobretudo, neste cenário pandêmico? Obter a informação exata e precisa é essencial para o consumidor. Se preciso, entrar em contato com o vendedor através do SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor) ou algo relativo, a fim de sanar dúvidas antes da compra. Estudar a credibilidade e confiabilidade do perfil do vendedor, bem como ler avaliações de outros consumidores que já tenham efetuado compras anteriores. Evitar promoções de caráter extravagante e duvidoso, perfis com fotos duvidosas, ou com seguidores nitidamente “fakes”. Consultar o CNPJ da empresa, bem como buscar referências na internet de onde se localiza a sede do empreendimento faz-se muito importante também. Apesar de todos os cuidados, ninguém está imune a golpes e propagandas enganosas muito bem elaboradas. Nestes casos, acionar o PROCON, que possui poder de polícia, podendo até mesmo propor contrapropaganda, é primordial.

De acordo com o CDC, no artigo 67 (BRASIL, 1990), “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva: Pena Detenção de três meses a um ano e multa.” Portanto, propaganda enganosa ou abusiva é crime, podendo gerar graves conseqüências. Em um contexto de pandemia, as pessoas precisam ficar ainda mais atentas, a fim de não comprarem produtos “milagrosos” para os mais diversos fins, colocando em risco sua saúde ou sendo vítimas de produtos e serviços ineficazes, vendidos a preços exorbitantes. Evitar compartilhar informações e propagandas sobre as quais não se tenha plena noção da

veracidade também faz-se fundamental. Momentos caóticos podem constituir-se em terrenos férteis para que pessoas mal intencionadas aproveitem a vulnerabilidade de seus pares a fim de obterem vantagens.

#### 4.2.4 Cancelamento de eventos

Uma outra situação bastante comum na pandemia foi o cancelamento de eventos, shows, casamentos, teatros, cinemas, viagens e afins. A impossibilidade de aglomerar pessoas devido à proliferação do novo coronavírus adiou muitos eventos. As igrejas, restaurantes, salões de eventos, e outros espaços afins mantiveram-se fechados por tempo indeterminado, até liberação por autoridades competentes, levando em conta o nível de contágio local da pandemia. Mesmo nos espaços que voltaram a funcionar, na maioria mantém-se obrigatório o uso de máscaras, distanciamento social, e um número reduzido de pessoas. Em 8 de Abril de 2020 foi publicada no Diário Oficial da União a Medida Provisória 948, que assevera:

Art. 2º Na hipótese de cancelamento de serviços, de reservas e de eventos, incluídos shows e espetáculos, o prestador de serviços ou a sociedade empresária não serão obrigados a reembolsar os valores pagos pelo consumidor, desde que assegurem:

I - a remarcação dos serviços, das reservas e dos eventos cancelados;

II - a disponibilização de crédito para uso ou abatimento na compra de outros serviços, reservas e eventos, disponíveis nas respectivas empresas; ou

III - outro acordo a ser formalizado com o consumidor.

De acordo com a MP (Medida Provisória) supracitada, em caso de cancelamento de algum tipo de evento, o reembolso não é automático. A melhor maneira de resolver tais imbróglis dá-se por meio do diálogo, seja remarcando, disponibilizando crédito ou acordando de outra forma que seja harmônica para ambas as partes.

#### 4.2.5 Cancelamento ou suspensão de contratos

Quando, porém, a prestação de serviço refere-se a academias, por exemplo, é direito do consumidor cancelar o contrato sem multa. Sabe-se, inclusive, que muitas academias deixaram de cobrar mensalidades durante os meses não frequentados, a fim de não perderem os clientes, evitando também reclamações em

órgãos oficiais e processos judiciais. Houve também as que deixaram esta questão livre para quem pudesse contribuir, mas não de modo obrigatório. De acordo com o CDC, caso alguma academia tenha obrigado o pagamento sem que o cliente utilizasse o serviço, o mesmo, após rescindir o contrato, poderia exigir reembolso (CAVALIERI FILHO, 2011).

As escolas públicas demoraram a regressar às aulas de modo presencial. No Estado do Paraná, por exemplo, após um longo período de aulas remotas, o governo passou a utilizar o modo híbrido, em que alguns alunos continuavam participando das aulas através da plataforma virtual Google Meet, enquanto um número pequeno de alunos estudava presencialmente. A cada semana fazia-se um rodízio, alternado os remotos e os presenciais. Somente a partir de Setembro de 2021 é que as escolas tem voltado paulatinamente ao modo presencial.

Porém, no que tange às escolas particulares, que dependem do dinheiro das mensalidades para manter toda sua estrutura organizacional, como proceder ficando tanto tempo sem aulas presenciais? E como os pais continuariam pagando por um serviço que não era exatamente o que seus filhos estavam recebendo? Teoricamente, os pais tem sim o direito do cancelamento da mensalidade, como no caso das academias. No entanto, em se tratando de uma situação um pouco mais complexa, outras faces da questão devem ser analisadas. A escola pode, por exemplo, propor uma redução temporária no valor, ou gerar descontos e demais acordos, entendendo a situação dos pais, porém observando um valor necessário para a manutenção de suas necessidades. É razoável também que os pais entendam que a situação não ocorre por culpa da escola. Que seus funcionários continuam trabalhando e se desdobrando para garantir educação de qualidade, mesmo que de forma remota. E que a educação de seus filhos é prioridade, portanto, talvez um mero cancelamento não seja a melhor solução. Há inúmeros outros casos em que a pandemia interferiu nas relações de consumo, sendo impossível explanar todas. No entanto, é imprescindível compreender que a boa fé deve fundamentar toda e qualquer relação de consumo. Ademais, deve-se, sempre que possível, estimular o acordo e a flexibilidade entre consumidor e fornecedor, compreendendo o estado de exceção do momento, resguardando sempre a observância do CDC.

### **4.3 Os Direitos do Consumidor e o Pós-pandemia**

Em 2021 o CDC completa trinta anos de existência. Neste trigésimo aniversário, ele tem exercido com maestria seu papel de proteção a vida, saúde e integridade dos consumidores. Faz-se quase impossível pensar em como será o novo normal pós-pandemia. Porém, certamente o CDC permanecerá como instrumento de proteção à parte vulnerável e hipossuficiente da relação de consumo, que é o consumidor. O Código de Defesa do Consumidor leva em consideração, inclusive, ocasiões excepcionais, de força maior, em que seja necessária a alteração de cláusulas contratuais, como prevê o artigo 6, inciso V (BRASIL, 1990), que afirma: “a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;” portanto, caso seja impossível cumprir o que havia sido previsto em contrato, é totalmente possível um rearranjo das cláusulas, de modo que a questão seja benéfica a ambas as partes. Vale ressaltar que o consumidor não torna-se obrigado a acatar mudanças impostas pelo prestador de serviços. Sempre que houver situações de força maior, como inúmeras possíveis desencadeadas pela pandemia do coronavírus, é fundamental que as partes dialoguem e consensualizem (MIRAGEM, 2020). Absolutamente nada deve colocar em risco a vida e saúde de alguém a fim de cumprir um contrato. O pós-pandemia está a caminho e as relações de consumo vão se adaptando. O Direito do Consumidor deve ser resguardado sempre, e o CDC é um instrumento fundamental neste sentido.

## **5 CONCLUSÃO**

Após análise da Constituição Federal, do Código de Defesa do Consumidor, bem como de demais instrumentos legais normativos vigentes, pode-se perceber a relevância do chamado Direito do Consumidor, como ferramenta indispensável nas relações de consumo, pois em um contexto onde uma parte da relação tende a ser muito mais vulnerável que a outra, faz-se necessário que o Direito se utilize de mecanismos que garantam o equilíbrio do processo. A necessidade de equilíbrio entre relações de consumo expande-se ainda mais quando o ambiente global de negociações se torna caótico devido a pandemia. É inegável que as incertezas abalam o mercado, o qual ficando instável, tem variações consideráveis de preço, de oferta e procura, etc. expandindo as vulnerabilidades de muitos.



Em um contexto pandêmico, por exemplo, onde o *lockdown* entra em vigor por tempo indeterminado, onde não se sabe quando vacinas serão obtidas, como foi o caso do início da pandemia da covid-19 no Brasil, é natural que o preço de itens de proteção, como máscaras, álcool, luvas e afins, subam, bem como o dos alimentos, tendo em vista que as pessoas deverão permanecer isoladas por mais tempo. Já outros produtos que outrora figuravam como prioridades perdem relevância. Este trabalho tratou, portanto, de compreender qual a função do Direito do Consumidor diante de tantas mudanças em tão pouco tempo. Ou seja, como lidar diante de preços abusivos, realizações inadequadas de serviço, propagandas enganosas, cancelamento de eventos, suspensão de contratos e situações semelhantes nenhum pouco incomuns na pandemia.

A conclusão é, portanto, que o Código de Defesa do Consumidor já representa um exorbitante instrumento em prol de proteger o vulnerável. Ele já prevê situações de excepcionalidade e permite que o hipossuficiente da relação tenha garantias e direitos. Porém, é fato que o Direito tem, neste momento histórico, um papel fundamental de adequar-se rapidamente às demandas sociais, mantendo as relações de consumo mais justas e equilibradas possível, ainda que para isso novas legislações específicas tenham que se desenhar diante dos desdobramentos da nova realidade que se instaura.

Vive-se globalmente um regime de excepcionalidade em muitas das relações, inclusive nas de consumo. Se antes prezava-se pela boa-fé contratual, tanto mais agora isto faz-se necessário. É válido ressaltar que, em caso omissis diante do CDC ou mesmo de dúvida ante possível abuso, o consumidor deve realizar uma reclamação nos serviços de atendimento ao consumidor da empresa (SAC) e, em não sendo respondido satisfatoriamente, faz-se urgente procurar os órgãos de defesa do consumidor, para evitar uma ação judicial contra a empresa prestadora de serviços ou fornecedor, a fim de que seu direito seja garantido.

## 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. Disponível em <http://bdjur.stj.gov.br> acesso em 13 de setembro de 2021.

ANDREUCCI, Ricardo Antônio. **Manual de Direito Penal**. 13ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019. p. 41.

BARRETO, Marco Aurélio Aguiar. **Temas atuais na Justiça do Trabalho**: teoria e prática. São Paulo: IOB Thomson, 2006.

BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos. **O código brasileiro de proteção do consumidor** “*Congreso Internacional de Derechodel Consumo*”, Universidad de Leon, Espanha, de 13 a 15 de outubro de 1993 disponível em [www.egov.ufsc.br](http://www.egov.ufsc.br) acesso 13 de outubro de 2012.

BESSA. L.R.; MOURA. W. J. F. **Manual do direito do consumidor**. 3. ed. Brasília: SDE/DPDC, 2010. 176 p.

BITENCOURT, Cezar Roberto. **Tratado de Direito Penal**. 25ª edição. São Paulo: Saraiva, 2019, v.1, p.43.

BRASIL. **Código Civil**. 54. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Brasília, DF, 1990.

BRASIL. Ministério da Justiça. **Manual de Direito do Consumidor**, 2. ed. Brasília: Escola Nacional de Defesa do consumidor, 2009.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial**, vol. 1. São Paulo: Saraiva, 1999.

DEL MASSO, Fabiano. **Direito Econômico Esquematizado**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Método, 2012.

FIGUEIREDO, Leonardo Vizeu. **Direito Econômico**. São Paulo: MP Editora, 2006.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2002

GONÇALVES, Alda Lídia Ferreira. **O Código de Defesa do Consumidor e a sua importância como instrumento da Ordem Econômica**. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. Campina Grande – PB. 2012. Disponível em: <http://dspace.bc.uepb.edu.br/jspui/bitstream/123456789/3504/1/PDF%20-%20Alda%20L%C3%ADdia%20Ferreira%20Gon%C3%A7alves.pdf>. Acesso em: 19 de setembro de 2021.

IDEC. **Coronavírus: os principais direitos do consumidor**. São Paulo, 2020. Disponível em: <https://idec.org.br/dicas-e-direitos/coronavirus-os-principais-direitos-do-consumidor>. Acesso em: 12 de out. de 2020.

LENZA, Pedro. **Direito constitucional esquematizado**. 17. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2013.

MENDES, Laura Schertel. O direito básico do consumidor a proteção de dados pessoais. **Revista de direito do consumidor**, São Paulo, RDC 95, p. 53-75, set-out. 2014b.

MIRAGEM, Bruno. O direito do consumidor pós-pandemia. **CONJUR**, 2020. Disponível em: < <https://www.conjur.com.br/2021-mar-17/garantias-consumo-direito-consumidor-pos-criese-covid-19>>. Acesso em 16 de out. de 2021.

NUNES, Luiz Antônio R. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2000.

NUNES, Rizzatto. **O Princípio Constitucional da Dignidade da Pessoa Humana**. 4ª edição. São Paulo: Saraiva Jur. 2018. p. 69.

PINTO, Antônio Luiz de Toledo; WINDT, Márcia Cristina Vaz dos Santos; CÉSPEDES, Lívia. (Cols.). **Vade Mecum**. 5.ed. São Paulo: Saraiva, 2008.

PRADO, Luiz Regis. **Curso de Direito Penal Brasileiro**. 8º edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, v. 8. p. 56.

REALE, Miguel. **Lições Preliminares de Direito**. 25. ed. São Paulo: Saraiva, 2001. 371 p.

RIOS, Josué. **A defesa do consumidor e o direito como instrumento de mobilização social**. Editora MAUAD, 1998, Rio de Janeiro, RJ.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: A privacidade hoje**. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

RODRIGUES, Silvio. **Direito civil: Parte Geral**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SILVA, José Afonso da. **Comentário contextual à Constituição**. São Paulo: Editora Malheiros, 2005.

SILVA NETO, Orlando Celso da. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

SOARES, Ricardo Maurício Freira. **O princípio constitucional da dignidade da pessoa humana: em busca do direito justo**. São Paulo: Saraiva. 2010. p. 150.

SOBRINHO, L. L. P.; SILVA, R. **Balcão do consumidor: 20 anos do código de defesa do consumidor**. Passo Fundo: Universidade de Passo Fundo, 2011.

SOBRINHO, L. L. P.; SILVA, R. **Balcão do consumidor: Reflexões sobre o hiperconsumismo**. 1. ed. Passo Fundo: Univale, 2013.

SOUZA, Washington Peluso Albino de. **Primeiras Linhas de Direito Econômico**. 5ª. ed. São Paulo: editora LTR, 2003.

Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. **Portal G1**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>>. Acesso em: 13 de out. de 2020.

## AGRADECIMENTOS

Toda honra, glória e louvor sejam dados ao Pai, Filho e Espírito Santo, que, graciosamente, me permitiram concluir este percurso acadêmico. Se não fosse a bondade e misericórdia de Deus, todo e qualquer esforço se faria vão.

Agradeço aos meus familiares por me motivarem quando eu pensei que não conseguiria, corrigindo-me quando estava errado, acarinhando-me quando me sentia só, ajudando-me nas idas e vindas da faculdade, contribuindo financeiramente, e, sobretudo, sustentando-me através das orações, as quais, verdadeiramente, trouxeram-me até aqui. Sem o auxílio de meus familiares e amigos certamente não teria obtido êxito na difícil e lapidosa estrada da graduação.

Agradeço aos professores, servidores e colaboradores da FACNOPAR, os quais desempenharam suas funções com extrema competência, empatia e afetividade. Em especial sou grato ao corpo docente, que compartilhou muito mais que saberes teóricos, expondo realidades profissionais, possibilitando a execução de práticas que agregaram mais interesse e sentido ao conteúdo programático. Professores que se tornaram verdadeiros companheiros de jornada, grandes exemplos a serem seguidos. Desejo enobrecê-los ao colocar em prática, com habilidades técnicas e humanas, o melhor que pude aprender.

Agradeço aos meus colegas de turma pela troca de conhecimentos e experiências. Com carinho especial, agradeço aos meus amigos de vida, sem os quais a jornada teria sido insípida em vários momentos. Não citarei nomes a fim de não cometer injustiças, mas sou grato por todos que deixaram lembranças fascinantes estampadas em meu coração e mente.