



**ESCOLA DE
DIREITO**

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS



**EQUIDADE:
REVISTA ELETRÔNICA DE DIREITO DA
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS**

UEA
EDIÇÕES

**editora
UEA**

GOVERNO DO ESTADO DO AMAZONAS

Wilson Lima
Governador

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS

Prof. Dr. André Luiz Nunes Zogahib
Reitor

Profa. Dra. Kátia do Nascimento Couceiro
Vice-Reitor

Prof. Dr. Fábio Carmo Plácido Santos
Pró-Reitor de Ensino de Graduação

Prof. Dr. Monica Dias de Araújo
Pró-Reitora de interiorização

Profa. Dr. Roberto Sanches Mubarak Sobrinho
Pró-Reitor de pesquisa e pós-graduação

Profa. Dra. Samantha Coelho Pinheiro
Pró-Reitora de Planejamento

Prof. Dr. Valber Barbosa Martins
**Pró-Reitor de Extensão e Assuntos
Comunitários**

Prof. Dr. Nilson José de Oliveira Junior
Pró-Reitor de Administração

Prof. Dr. Alcian Pereira de Souza
Diretor-executivo da Agin

Profa. Dra. Isolda Prado
Diretora da Editora UEA

Profa. Dra. Glaucia Maria de Araújo Ribeiro
**Coordenação do Programa de
Pós-Graduação *Stricto sensu* em Direito
Ambiental**

EQUIDADE: REVISTA ELETRÔNICA DE DIREITO DA

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS

Prof. Dr. Ricardo Tavares, UEA
Coordenação do curso de Direito

Prof. Pós-Dr. Denison Melo de Aguiar, UEA
Profa. Dra. Patrícia Fortes Attademo Ferreira,
UEA

Prof. Dr. Ricardo Tavares, UEA
Editores Chefe

Profa. Msc. Monique de Souza Arruda
Prof. Esp. Átila de Oliveira Souto
Editores Assistentes

Prof. Dr. Celso Antonio Pacheco Fiorillo, PUC-
SP

Profa. Dr. Danielle de Ouro Mamed, UFMS
Prof. Dr. Antonio Carlos Morato, USP
Profa. Dra. Tereza Cristina S. B. Thibau, UFMG
Prof. Dr. Sandro Nahmias Melo, UEA
Prof. Dr. Cássio André Borges dos Santos, UEA
Conselho Editorial

Profa. Dr. Lidiane Nascimento Leão, UFOPA
Prof. Msc. Assis da Costa Oliveira, UFPA
Prof. Dr. Nirson da Silva Medeiros Neto, UFOPA
Comitê Científico

Prof. Dr. Daniel Gaio - UFMG/MG
Prof. Dr. Paulo Victor Vieira da Rocha, UEA
Prof. Dr. Alcian Pereira de Souza, UEA
Prof. Dr. Erivaldo Cavalcanti e Silva Filho, UEA
Profa. Msc. Monique de Souza Arruda
Prof. Esp. Átila de Oliveira Souto
Profa. Dra. Adriana Almeida Lima
Prof. Dr. Ygor Felipe Távora da Silva
Prof. Dr. Neuton Alves de Lima
Avaliadores

Prof. Dr. Denison Melo de Aguiar
Primeira revisão

Prof. Pós-Dr. Denison Melo de Aguiar
Revisão Final

Os artigos publicados, bem como as opiniões neles emitidas são de inteira responsabilidade de seus autores.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca Central da Universidade do Amazonas

R454

Equidade: Revista Eletrônica de Direito da Universidade do Estado do Amazonas/ Programa de Pós-Graduação em Direito Ambiental da Universidade do Estado do Amazonas. Vol. 9. Nº 1. (2024). Manaus: Curso de Direito, 2024.

Semestral

1. Direito – Periódicos. I. Título

CDU 349.6

DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS DE CONSUMO

ABUSIVE CLAUSES IN CONSUMER CONTRACTS

Pâmila Caroline da Silva da Silva¹
Marco Aurelio de Lima Choy²

Resumo: Este artigo tem por finalidade discutir sobre a tutela do Código de Defesa do Consumidor sobre as relações de consumo, bem como a proteção do consumidor frente às cláusulas abusivas contidas nos contratos realizados entre consumidor e fornecedor. Para se alcançar o objetivo desta pesquisa, procura-se mostrar a evolução conceitual e principiológica que norteiam as relações consumeiristas. Tem-se como objetivo secundário, explicar como a abusividade do fornecedor afeta os consumidores, bem como identificar em quais circunstâncias poderá ser declarada a nulidade contratual e como as negociações pela internet se intensificam cada vez mais, causando um grande impacto nas relações contratuais, fazendo com que haja um elevado índice de processos no Poder Judiciário, por fim, será apresentado quais os principais meios de prevenção contra as práticas abusivas, para dar uma proteção maior, garantir a equidade e a dignidade do consumidor. Foi adotado como percurso metodológico: jurisprudências, conceitos, debates, artigos científicos já publicados, doutrinas, e principalmente a Lei nº 8.078 (Código de Defesa do Consumidor) que ocasionou uma grande mudança no ordenamento jurídico brasileiro ao inserir um novo regime legal, para garantir a proteção do consumidor.

Palavras-chave: Contratos de Consumo. Cláusulas Abusivas. Consumidor. Nulidade.

Abstract: *This article aims to discuss the Consumer Protection Code's protection of consumer*

¹ Graduada em Direito pela Universidade do Estado do Amazonas – UEA; Graduada em Licenciatura – Letras Língua Portuguesa pela Universidade Federal do Amazonas – UFAM; Discente de Pós-Graduação da Universidade do Estado do Amazonas - UEA. E-mail: pcdsds.pce23@uea.edu.br

² Doutor em Direito Constitucional pela UNIFOR - Universidade de Fortaleza; Mestre em Direito pela UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina; Especialista em Direito Público pela Universidade Cândido Mendes/RJ; possui graduação em Direito pela Universidade Federal do Amazonas. Atualmente, é Professor concursado da Universidade do Estado do Amazonas - UEA, onde também exerce a função de Subcoordenador de Atividades Complementares; é Professor convidado da Escola Superior da Magistratura do Estado do Amazonas - ESMAM; Professor dos Cursos de Pós-Graduação lato sensu do Centro Universitário CIESA; Presidente da Comissão Nacional do Exame de Ordem do Conselho Federal da OAB; é Advogado; Conselheiro Federal da OAB (2022-2025), Ex-Presidente da OAB/AM (2016-2021); Procurador do Município de Manaus. E-mail: mchoy@uea.edu.br

relations, as well as consumer protection against abusive clauses contained in contracts made between consumer and supplier. To achieve the objective of this research, we seek to show the conceptual and principled evolution that guide consumer relations. The secondary objective is to explain how the supplier's abusiveness affects consumers, as well as to identify under which circumstances contractual nullity may be declared and how internet negotiations are increasingly intensifying, causing a major impact on contractual relationships, making With there being a high rate of cases in the Judiciary, finally, the main means of preventing abusive practices will be presented, to provide greater protection, guarantee equity and consumer dignity. It was adopted as a methodological path: jurisprudence, concepts, debates, scientific articles already published, doctrines, and mainly Law nº 8.078 (Consumer Defense Code) which caused a major change in the Brazilian legal system by inserting a new legal regime, to guarantee consumer protection.

Keywords: *Consumer Contracts. Abusive Clauses. Consumer. Nullity.*

1. INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor foi instituído por meio da Lei nº 8.078/1990, visto que, independente dos órgãos públicos de defesa do consumidor já existirem, não havia nenhuma legislação específica, portanto, nada impediria a abusividade por parte das empresas nas relações contratuais, impondo cláusulas abusivas consideradas desvantajosas e injustas, assim esta lei foi editada com o objetivo de implementar uma Política Nacional de Consumo e regulamentar os direitos dos cidadãos já garantidos pela Constituição da Republica Federativa do Brasil de 1988, previsto expressamnte em seu art. 170, inciso V, e no art. 5º, XXXII.

Por isso, o Código de Defesa do Consumidor amparado pela Constituição Federal modernizou o ordenamento jurídico brasileiro em relação aos contratos, instituindo normas de proteção mais eficazes já que o consumidor encontrava-se em um nível de vulnerabilidade.

Deste modo, o artigo tem como objetivo central analisar a introdução das cláusulas abusivas nos contratos de consumo, assim como o trabalho do legislador e das demais normas para impedir os diversos abusos contratuais cometidos pelo fornecedor perante o consumidor, em uma relação que tem por objeto um aspecto extremamente importante da vida social, que foi se desenvolvendo de acordo com o crescimento da sociedade consumerista e a massificação

das negociações.

A metodologia utilizada neste artigo é o método hipotético indutivo, que terá como base pesquisas bibliográficas com estudo de posicionamentos de manuais, jurisprudências dos tribunais, sites e leis. Quanto a pesquisa, esta será desenvolvida por meio de pesquisa exploratória, realizada através de levantamento bibliográfico, entrevistas não padronizadas e estudos de casos, com o objetivo de fortalecer métodos e elucidar ideias e conceitos. Contudo, ao tratar dos procedimentos técnicos de coleta de dados, estes foram obtidos por meio de acesso aos dados abertos dos últimos anos.

Para tal fim, quatro capítulos essenciais serão abordados para evidenciar suscitantemente tais questionamentos, a começar pelo histórico do direito do consumidor no Brasil, tratando das mudanças necessárias ocorridas no sistema jurídico, assim podemos compreender melhor o sistema de proteção do consumidor até os dias atuais, citando as principais ocorrências históricas aplicáveis nas relações de consumo.

No capítulo seguinte, será feito uma análise das Teorias que norteiam as relações contratuais, que buscam compreender as decisões tomadas pelos consumidores no momento da compra e apontam qual a melhor forma de interpretar o Código de Defesa do Consumidor (CDC) de modo mais contextual e flexível.

Na sequência, será feito um estudo sobre as principais características das cláusulas abusivas, que são identificadas a partir do momento que são inseridas nos contratos de consumo, definindo condições desvantajosas e onerosas na relação contratual entre as partes.

Ao final, tem-se ainda os casos envolvendo as cláusulas abusivas, como no período da COVID-19, causando imenso prejuízos aos consumidores. Nesses moldes, acarreta na maioria das vezes na nulidade, não produzindo qualquer efeito jurídico, abordando ainda quais as medidas de proteção ao consumidor são essenciais para garantir a validade e equidade dos contratos.

O presente artigo é de grande relevância social, pois tem como propósito destacar a importância de combater as cláusulas abusivas inseridas nos contratos de consumo, para que seja evitado ou reduzido as injustiças com os consumidores. Portanto, a conscientização sobre esse tema é fundamental, pois visa promover relações contratuais justas e transparentes,

fortalecendo os pilares do Estado de Direito e da proteção do consumidor no nosso país.

2. EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

2.1 Conceito de Consumidor

No Brasil, os direitos do consumidor começou a surgir de forma lenta entre a década de 1960 a 1970, quando foram sancionados leis e decretos federais referentes a saúde, a proteção econômica e as comunicações, tendo em vista que a convivência entre sociedade é intrínseco do humano, naquela época já buscavam por liberdade para conduzir suas escolhas das mais diversas maneiras, desse convívio nasce os mais variados conflitos que, de alguma forma, precisavam ser solucionados.

O período da Revolução Industrial foi de suma importância para o desenvolvimento do Direito do Consumidor, onde o fornecedor era aquele que produzia de forma manual, artesanal, mecânica, juntamente com sua família ou em poucas pessoas, é nesse cenário que surgem as máquinas, para dar força a capacidade produtiva do ser humano e para que houvesse a produção em massa, modificando todo o meio de produção.

De acordo com Rizzato Nunes (2018, pg. 2):

A partir do período pós-Revolução Industrial. Com o crescimento populacional nas metrópoles, que gerava aumento de demanda e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, para vender para mais pessoas (o que era e é legítimo). Passou-se então a pensar num modelo capaz de entregar, para um maior número de pessoas, mais produtos e mais serviços. Para isso, criou-se a chamada produção em série, a “standartização” da produção, a homogeneização da produção.

Logo, com a população crescendo de modo mais célere e se urbanizando cada vez mais, houve o aumento de consumo e oferta, fazendo com que as indústrias em geral optassem por produzir cada vez mais, por este motivo começam a usar um novo tipo de contrato, onde o fornecedor apenas fazia um pacto com os consumidores, chamado de contrato adesão onde as cláusulas gerais seriam previamente estabelecidas de modo unilateralmente pelo fornecedor,

sem a participação do consumidor.

Assim, podemos mencionar a lei delegada 4 de 1962, que positivou a intervenção estatal no domínio econômico para assegurar a livre distribuição de produtos. Ainda em 1962 entra em vigor a Lei 4.137 (Lei de Repressão do Poder Econômico) trazendo conquistas aos consumidores, como exemplo o Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE.

Posteriormente, no ano de 1976 surge as Associações, uma em Porto Alegre, que chamava-se Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre (APC) e a outra em Curitiba, que denominava-se a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba (ADOC). No mesmo ano foi criado uma nova classe de defesa do consumidor, chamado de Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor.

Já no de 1985 é criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor que buscava assessorar o Presidente da República assim como elaborar as políticas nacionais de defesa do consumidor. Em seguida, com o advento da Constituição Federal de 1988, os direitos do consumidor passa a ganhar maior visibilidade e proteção, tornando-se cláusula pétrea prevista no artigo 5º, inciso XXXII da CF, assim como se torna princípio geral da ordem financeira e econômica, previsto no 170, inciso V da CF.

Mas, somente no dia 11 de setembro de 1990 entra em vigor a Lei 8.078 - Código de Defesa do Consumidor, definindo o Brasil como líder na defesa dos direitos dos consumidores, considerando este sujeito como a parte mais frágil da relação de consumo, assim, passa a assegurar diversos direitos fundamentais, como exemplo, passa a tratar os direitos do consumidor como matéria de ordem pública e garante uma proteção maior para os mais vulneráveis.

Nestes moldes, o Código de Defesa do Consumidor traz no seus art. 2º o conceito de consumidor como destinatário final de produto ou serviço para fins de proteção legal, porém, houve divergências entre os doutrinadores acerca da abrangência dessa definição. Diante disso, fica claro que este marco legal representa um avanço significativo para a proteção do consumidor.

2.2 Princípios de Proteção ao Consumidor

É de suma importância mencionar os Estados Unidos, pois ao fixar a proteção e defesa do consumidor como Política Nacional de Estado, ele teve como base quatro princípios fundamentais para esta classe, que passaram a ser amplamente reconhecidos pelo ordenamento jurídico, são eles: o direito de ser ouvido, de ser informado, de escolha, e o direito de segurança. Todos seguem a vertente de que o consumidor é parte vulnerável da relação de consumo, necessitando obviamente de proteção e são estes princípios que sustentam esse raciocínio.

Deste modo, foi adotado pelo Código de Defesa do Consumidor um sistema aberto de proteção, em decorrência do desempenho de suma importante destes princípios e a sua função nesse sistema, assim, é possível proporcionar o atendimento das necessidades dos consumidores, tendo como base fundamental sua dignidade, saúde e segurança, bem como a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, transparência e harmonia nas relações entre eles e seus fornecedores de produtos ou serviços.

De acordo com Celso Antônio Bandeira de Melo, princípio é definido como:

“Mandamento nuclear de um sistema, verdadeiro alicerce dele, disposição fundamental que se irradia sobre diferentes normas compondo-lhes o espírito e sentido servido de critério para sua exata compreensão e inteligência, exatamente por definir a lógica e a racionalidade do sistema normativo, no que lhe confere a tônica e lhe dá sentido harmônico.”

2.2.1 Princípio da dignidade da pessoa humana

A Constituição Federal de 1988 juntamente com o Código de Defesa do Consumidor pressupõe este princípio como aquele que rege e fundamenta todos os outros positivados, tendo em vista que este princípio garante a dignidade nas relações de consumo, portanto, este sistema de defesa abrange tanto normas, como princípios de diversos.

A Política Nacional das Relações de Consumo, elenca alguns objetivos, tendo como um dos principais previsto no seu artigo 4^a do CDC, tratando expressamente da dignidade dos consumidores como:

"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 [...]"

Conforme visto, não há dúvidas que a dignidade da pessoa humana é um valor intrínseco cabível a todos, não havendo nenhum tipo de distinção. Este princípio abrange todos os tipos de relações privadas, tendo em vista, que uma das suas finalidades é solucionar todos os tipos de conflitos envolvendo indivíduos que buscam solucioná-los ao buscar a justiça, visto que, no decorrer do processo acabam enfrentando obstáculos, como violação da integridade física ou psíquica do consumidor

Por este motivo que Immanuel Kant diz que, tudo aquilo que está relacionado com a dignidade humana também se interage com os direitos da personalidade, que pode causar violação aos direitos inerentes ao homem (consumidor) ocasionando dano moral. Assim expressa Kant:

Tudo o que se refere às inclinações e necessidades gerais do homem tem um preço de mercadoria; o que, embora não pressuponha uma necessidade, é conforme a um certo gosto, isto é, à satisfação que nos advém de um simples jogo, mesmo destituído de finalidade, de nossas faculdades intelectuais, tem um preço de sentimento; mas o que constitui a só condição capaz de fazer que alguma coisa seja um fim em si, isso não tem apenas simples valor relativo, isto é, um preço, mas sim um valor intrínseco, uma dignidade (KANT, 2014, p. 435).

Não restam dúvidas que as relações amparadas pelo Código de Defesa do Consumidor são subordinadas aos princípios constitucionais, preservando o direito de ambas as partes (consumidor e fornecedor). Porém, havendo um amparo a mais para o consumidor, tendo em vista que este encontra-se em diversas vezes em uma posição de vulnerabilidade nas relações de consumo, por isto, busca-se por meio deste princípio, promover a participação ativa e positiva do consumidor no mercado, assim como perante a justiça social.

2.2.2 Princípio da vulnerabilidade do consumidor

Este princípio é considerado como um dos principais que norteiam as relações de consumo, pois, busca amparar o consumidor que sempre esteve presente em uma posição mais desfavorável quando comparado ao fornecedor, o que o torna o sujeito mais fraco da relação. Diante disso, surge a necessidade do Estado intervir, obrigando o legislador a criar normas de proteção no sentido de garantir o equilíbrio nas relações de consumo. Segundo Silvia Fernandes ao conceituar o consumidor considerado vulnerável:

O princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daquele (s) sujeito (s) mais fraco (s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha (m) a ser ofendido (s) ou ferido (s), na sua incolumidade física ou psíquica, bem como âmbito econômico, por parte do (s) sujeito (s) mais potente (s) da mesma relação. (2015, pg. 150).

Por este motivo, o princípio da vulnerabilidade sempre deve ser aplicado para que seja possível oferecer vantagens e garantir direitos, com intuito de equiparar a disposição jurídica da relação contratual. De acordo com a classificação da doutrina, o princípio da vulnerabilidade através de uma divisão em espécies como a vulnerabilidade técnica, jurídica, científica, fática, socioeconômica e informacional. (NUNES, 2019)

2.2.3 Princípio da intervenção estatal

De acordo com este princípio, o Estado tem como objetivo principal promover a defesa do consumidor, por meio de criação das normas que atendam ao interesse coletivo, assim como a entrega da efetiva prestação jurisdicional, deste modo, o estado deve atuar sempre que houver um desequilíbrio na relação entre o consumidor e o fornecedor.

Portanto, as atividades prestadas pelo Estado devem sempre estar de acordo com os demais princípios previstos no ordenamento jurídico, em vista que, o seu poder de agir não é ilimitado. Assim, o Estado poderá agir por meio de incentivos, para que sejam criados e desenvolvimento associações que representam os consumidores quando necessitarem e garantir produtos e serviços de formas adequadas e de qualidade.

2.2.4 Princípio da informação

A informação na relação de consumo é um direito subjetivo do consumidor, este princípio possibilita que consumidor tenha acesso a todas as informações necessárias antes de tomar qualquer decisão informada e consciente sobre o que vai comprar, como deve utilizar e quais riscos podem apresentar, deste modo, o consumidor ao receber as informações adequadas, ele pode escolher de forma consciente os produtos e serviços que atendam às suas necessidades e expectativas.

Vale lembrar, que o direito à informação inclui também à noção de contrato, permeando todas as fases das práticas de mercado, da pré-contratual e a pós-contratual. Desta

maneira, o consumidor poderá desvincular-se de um negócio jurídico praticado, sempre que o seu contratante não preste de forma adequada todas as informações necessárias.

2.2.5 Princípio da proteção a práticas abusivas

Este princípio surge em decorrência da vasta superioridade que possuía o fornecedor frente ao consumidor, para que houvesse uma igualdade nessa relação o legislador buscou meios para manter uma paridade nessa relação. Logo, a finalidade é garantir que o fornecedor não venha agir de modo que possa abusar de sua posição, por isso, o intuito deste princípio é colocar os dois lados em partes iguais.

Está previsto no art. 39 do Código de Defesa Consumidor um rol exemplificativo de condutas que mais causam desequilíbrio entre fornecedor e consumidor na relação consumerista. Por se tratar de norma de ordem pública, fica vedado o afastamento da aplicação desta norma simplesmente por livre vontade das partes. Neves e Tartuce (2014, p. 276), dizem que esta prática constitui em sua essência como um abuso de direito:

"O art. 39 da Lei 8.078/1990 tipifica, mais uma vez em rol exemplificativo ou *numerus apertus*, uma série de situações tidas como ensejadoras do abuso de direito consumerista. Muitas das hipóteses ali descritas são bem comuns na contemporaneidade, sem excluir outras que surgirem pela evolução das relações negociais. Deve-se entender que constitui prática abusiva qualquer conduta ou ato em contradição com o próprio espírito da lei consumerista. Como bem leciona Ezequiel Moraes, "prática abusiva, em termos gerais, é aquela que destoa dos padrões mercadológicos, dos usos e costumes (incs.II e IV, segunda parte, do art. 39 e art. 113 do CC/2002) e da razoável e boa conduta perante o consumidor".

2.2.6 Princípio da boa-fé objetiva

Este princípio deve estar presente em todos os atos processuais nas realizações de negócios jurídicos, a boa conduta que deve ser tida como um padrão por todos os fornecedores de produtos, prestadores de serviços, e pelos consumidores em geral, com base em valores éticos convencionados pela sociedade, de modo a respeitar as legítimas expectativas dos contratantes geradas na fase das tratativas, durante a contratação e na fase da execução do contrato. Segundo Paulo Valério Moraes:

A boa-fé objetiva traduz a necessidade de que as condutas sociais estejam adequadas a padrões aceitáveis de procedimento que não induza a qualquer resultado danoso para o indivíduo, não sendo perquirido da existência de culpa ou de dolo, pois o relevante

na abordagem do tema é a absoluta ausência de artifícios, atitudes comissivas ou omissivas, que possam alterar a justa e perfeita manifestação de vontade dos envolvidos em um negócio jurídico ou dos que sofram reflexos advindos de uma relação de consumo. (Morais, 2011, p. 158).

Leonardo de Medeiros Garcia (2015, p. 61) define a Boa-fé objetiva como: "(...) um conjunto de padrões éticos de comportamento, aferíveis objetivamente, que devem ser seguidos pelas partes contratantes em todas as fases de existência da relação contratual, desde a sua criação, durante o período de cumprimento e, até mesmo, após sua extinção."

Pode-se encontrar este presente nas diversas relações contratuais, e em todas as fases processuais, para que haja uma relação justa entre as partes da relação, e nenhuma dela será prejudicada pelo acordo firmado. A principal função deste princípio é evitar abusos do direito subjetivo.

3. TEORIAS APLICADAS NA DEFESA CONSUMIDOR

É de suma importância analisar as divergências que há entre o Código de Defesa do Consumidor e a doutrina referente ao destinatário final e em quais circunstâncias ele poderá ser declarado como tal, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor trata em seus artigos 2, 17 e 29, que o consumidor é toda pessoa física, jurídica ou o indivíduo vítima de algum dano na relação de consumo, a doutrina recorre a estas Teorias para classificá-lo.

Como é sabido, para que as regras consumeiristas sejam aplicadas, é necessário que seja estabelecida uma relação de consumo entre fornecedor e consumidor, no qual o objetivo é obter um produto ou a prestação de um serviço, por isto, serão abordadas as três principais teorias que classificam quem é considerado o destinatário final dessa relação, e dependendo de qual teoria aplicar no caso, o consumidor irá saber se vai ou não ser amparado pelo CDC, são elas: Teoria Finalista, Maximalista e Mista.

3.1 Teoria finalista

Essa teoria atua de modo mais restritivo em relação a proteção do consumidor, definindo o destinatário final apenas a pessoa física ou jurídica que adquire o produto ou contrata o serviço para si ou para terceiro, e tenha como satisfeita a sua necessidade pessoal.

Essa teoria faz uma interpretação mais ampla do artigo 2º do CDC, possibilitando que o consumidor seja a pessoa física que adquire o bem para o uso pessoal, bem como uma grande indústria que busca dar ao bem desdobramentos econômicos nas suas atividades produtivas.

Logo, o CDC entende que todos que fazem parte do mercado de consumo podem ser classificados como destinatário final (consumidor e fornecedor). Ao aplicar esta corrente, fica entendido que o destinatário final é aquele que retira o produto de circulação ou que solicita algum serviço do mercado, independentemente de sua destinação.

3.2 Teoria maximalista

De acordo com essa teoria, o destinatário final é todo consumidor que adquire o produto para o seu uso, ainda que a sua finalidade tenha aproveitamento econômico, dando um significado mais abrangente.

Todos que adotam esta teoria acreditam que as normas do CDC apresentam uma nova perspectiva sobre o mercado de consumo, que buscam proteger todos os tipos de consumidores e não somente o consumidor não profissional. Conforme explica Jorge Alberto Quadros de Carvalho Silva :

Consumidor é quem adquire no mercado de consumo o produto ou serviço; aquele em razão de quem é interrompida a cadeia de produção e circulação de certos bens e serviços, para usufruir ele mesmo, ou terceiro a quem os ceda, das respectivas funções – ainda que esses bens e serviços possam ser empregados, indiretamente, no exercício de sua empresa ou profissão, isto é , ainda que venham a ser interligados, acessoriamente, à sua atividade produtiva ou profissional, coletiva ou individual, voltada ou não para o lucro (destinatário final fático) (SILVA, 2008, p. 8).

Deste modo, é possível perceber que a definição prevista no art. 2º do Código de Defesa do Consumidor deve ser interpretada o mais extensamente possível, para que essas normas possam ser alcançadas por um número de consumidores cada vez maior.

3.3 Teoria mista

Esta admite que em determinadas ocasiões a pessoa jurídica, que adquire um produto ou serviço, também pode ser abrangida pela proteção do CDC, tendo em vista que, é primordial

que a vulnerabilidade esteja presente, para servir como parâmetro de aplicação.

A vulnerabilidade tratada nesta teoria, pode ser classificada de três formas: Técnica, quando não há um conhecimento técnico sobre o produto ou serviço da relação de consumo; pode ser ainda Jurídica, quando o consumidor não entende as consequências jurídicas de suas obrigações e responsabilidades perante o mercado de consumo; e pode ser ainda Fática, refere-se a superioridade que o fornecedor possui no mercado de consumo ante ao consumidor. De acordo com a Ministra Nancy Andrighi:

“Em uma relação interempresarial, além das hipóteses de vulnerabilidade já consagradas pela doutrina e pela jurisprudência, a relação de dependência de uma das partes frente à outra pode, conforme o caso, caracterizar uma vulnerabilidade legitimadora para a aplicação do CDC, mitigando os rigores da teoria finalista e autorizando a incidência da proteção consumerista para a pessoa jurídica consumidora intermediária.” (AgInt no AREsp 1415864/SC, Rel. Ministra Nancy Andrighi, Terceira Turma, julgado em 04/05/2020, DJe 07/05/2020).

Portanto, dentre as três correntes, esta apresenta uma concordância com o princípio fundamental do Código de Defesa do Consumidor, o princípio da vulnerabilidade, que pretende sempre proteger os mais fracos perante os mais fortes.

4. CARACTERÍSTICAS DAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

As cláusulas abusivas possuem várias características que as tornam prejudiciais ou desequilibradas nas relações contratuais, estas cláusulas na maioria das vezes estão ocultas em meio a termos técnicos e linguagem jurídica, que na maioria das vezes acabam passando despercebidas, criando uma vantagem excessiva para uma das partes envolvidas no contrato, em detrimento da outra, por este motivo é essencial que estas cláusulas tenham uma análise mais profunda e cautelosa para que seja possível identificar qualquer abusividade presente nos contratos.

Pode-se dizer que uma das principais características nas relações de consumo é a existência de contratos de adesão, haja vista que não há negociação entre cliente e contratado quanto às condições, tampouco do teor do contrato.

As características mais comuns destas cláusulas aplicadas diariamente nos contratos podem conter diversos abusos, como desvantagem excessiva, fazendo com que haja um desequilíbrio significativo entre as partes contratantes, prejudicando apenas uma das partes, podendo haver ainda uma obscuridade na linguagem empregada pelo fornecedor, que são escritas de forma complexa por meio do uso técnicas compreendidas apenas por ele, o que dificulta para os consumidores a compreensão do seu conteúdo.

Podemos citar ainda, a possibilidade haver restrições de direitos, impedindo a liberdade de escolha do consumidor ou impondo obrigações desproporcionais; outro ponto essencial ocorre quando há transferência indevida de responsabilidade, onde o consumidor assume os riscos e o ônus do contrato que deveriam ser assumidos pelo fornecedor, por fim, vale destacar a vulnerabilidade do consumidor quanto a inversão do ônus da prova, tendo em vista este terá que provar fatos ou situações que são dificilmente impossíveis de comprovar.

5. CLAÚSULAS ABUSIVAS NOS CONTRATOS DE CONSUMO

As cláusulas abusivas no nosso ordenamento jurídico são regulamentadas pela Lei nº 8.078/1990, mais conhecida como o Código de Defesa do Consumidor, no qual prevê direitos e garantias aos consumidores, assim como a proibição do uso de práticas abusivas que de alguma forma prejudica ou coloque o consumidor em desvantagem.

Pode-se dizer que essas cláusulas englobam todos os tipos de contratos, onde todos devem levar em consideração o princípio da boa fé. Segundo o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor em relação a boa-fé, ele enumera dois enunciados, o primeiro está previsto no art. 4º, III, que trata da 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, e o segundo consta no art. 51, inciso IV, que estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou equidade. (SCHMITT, 2010, páginas. 58 e 109).

De acordo com os artigos 51 a 53 do Código de Defesa do Consumidor é proibido a inserção de cláusulas abusivas ou a sua anulação delas, assim preceitua expressamente o art. 51 do CDC:

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis; II – subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código; III – transfiram responsabilidades a terceiros; IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; V – (Vetado); VI – estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor; VII – determinem a utilização compulsória de arbitragem; VIII – imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor; IX – deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor; X – permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral; XI – autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor; XII – obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor; XIII – autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração; XIV – infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais; XV – estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor; XVI – possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias. XVII – condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário; XVIII – estabeleçam prazos de carência em caso de impontualidade das prestações mensais ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e de seus meios de pagamento a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores; (Incluído pela Lei nº 14.181, de 2021) XIX – (VETADO). § 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que: I – ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence; II – restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual; III – se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. § 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes. § 3º (Vetado). § 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

É de suma importância destacar que este rol de cláusulas abusivas é exemplificativo, pois, sempre que for possível verificar a existência de desequilíbrio entre as partes no contrato de consumo, é possível ver declarada abusiva, já que não foi respeitados os princípios da boa-fé e da compatibilidade com o sistema de proteção ao consumidor.

Porém, o Código de Defesa do Consumidor não foi capaz de impedir o uso dessas cláusulas abusivas, somente no ano de 2022 foram registrados 1.011.644 atendimentos em

Procons integrados pelo Sindec, onde consta que mais de 900 mil notificações enviadas pelo órgão nesse mesmo ano, houve, em média, 76% de resolução por parte dos fornecedores. (Boletim Sindec Boletim ProConsumidor 2022).

Assim, é possível notar que as cláusulas abusivas trata-se de condições fixadas pelo próprio fornecedor, aproveitando-se da vulnerabilidade do consumidor para obter determinada vantagem indevida imposta na relação, fazendo com que este tenha algum prejuízo e saia em desvantagens. Um exemplo prático, seria o caso de uma Academias de Ginástica que foi multada por imposição de cláusulas contratuais abusivas, de acordo com o diretor executivo do Procon-SP, Fernando Capez:

"Uma das cláusulas que constam do contrato prevê a renovação automática, ou seja, após o vencimento do prazo contratual, se o consumidor não se manifestar, é considerado que ele autoriza a prorrogação, o que é abusivo e coloca o consumidor em desvantagem exagerada. Ao obrigar o consumidor a se manifestar, a empresa está impondo a ele uma obrigação que ele não tem que cumprir; não se pode deduzir que do silêncio do consumidor o contrato se prorrogue automaticamente, outra cláusula que desrespeita a legislação é a que prevê a cessão de direito de imagem (direito de uso/reprodução de sua imagem, voz e depoimento em vídeo e/ou fotografia em quaisquer tipos de mídias, materiais e meios de comunicação para divulgação ao público interno e/ou externo)". (CONSULTOR JURÍDICO, POR CLÁUSULAS CONTRATUAIS ABUSIVAS, PROCON-SP MULTA ACADEMIA BLUEFIT, 2021).

Nessa perspectiva, as cláusulas abusivas em sua maioria são encontradas com mais frequência nos contratos de adesão, pois são formulados apenas pelos fornecedores e os consumidores devem apenas consentir com os termos contratuais pré-fixados. Por este motivo, a forma pela qual este contrato é celebrado pode conter caráter abusivo, prejudicando assim o consumidor. Um dos principais exemplos de abusividade nestes contratos está relacionada as taxas bancárias, o STJ entende que:

"É abusiva a cláusula que prevê o ressarcimento pelo consumidor da despesa com o registro do pré-gravame, em contratos celebrados a partir de 25.02.2011, data de entrada em vigor da Resolução CMN 3.954/2011, sendo válida a cláusula pactuada no período anterior a essa resolução, ressalvado o controle da onerosidade excessiva" (STJ – REsp 1.639.259/SP – Segunda Seção – Rel. Min. Paulo de Tarso Sanseverino – por unanimidade – j. 12.12.2018 – DJe 17.12.2018 – Tema 972). Como última tese, retirada desse decisum, deduziu-se que, em confirmação à Súmula 473 da própria Corte, nos contratos bancários em geral, o consumidor "não pode ser compelido a contratar seguro com a instituição financeira ou com seguradora por ela indicada".

5.1 Da vulnerabilidade do consumidor

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor no seu art. 4º, o objetivo fundamental da Política Nacional das Relações de Consumo é atender todas as necessidades do consumidor, por ser considerado a parte mais frágil da relação jurídica. A vulnerabilidade possui algumas características, sendo elas: técnica, jurídica, fática e informacional, a vulnerabilidade técnica refere-se a incompreensão do objeto, produto ou serviço que pretende obter de uma relação de consumo.

Por outro lado, o fornecedor possui o conhecimento técnico sobre o produto ou serviço por ele ofertado, já a vulnerabilidade jurídica está relacionada com a falta de conhecimento jurídico que permita ao consumidor entender as consequências jurídicas daquilo a que se obriga e se desvencilhar das abusividades do mercado, assim, consistente não só na inexistência ou insuficiência de conhecimentos jurídicos específicos, mas também de ciência sobre os aspectos econômicos e contábeis que incidem sobre a relação entabulada com os fornecedores, quanto a vulnerabilidade fática, advém da relação de superioridade, do poder que o fornecedor tem no mercado de consumo em relação ao consumidor, e pôr fim a vulnerabilidade informacional, que corre quando há ausência, insuficiência ou complexidade da informação prestada que não permite compreensão pelo consumidor.

É importante ressaltar que, para caracterizar a vulnerabilidade não é necessário olhar para qual situação econômica ou a classe social o consumidor se encontra, assim como seu grau de conhecimento, ou se o bem foi obtido para o uso de atividade profissional ou não, pois a vulnerabilidade é um atributo que está ligado ao destinatário final do produto ou do serviço. Segundo Flávio Tartuce e Daniel Amorim (2014, p. 25):

“O que se percebe, portanto, é que o conceito de vulnerabilidade é diverso do de hipossuficiência. Todo consumidor é sempre vulnerável, característica intrínseca à própria condição do destinatário final do produto ou serviço, mas nem sempre será hipossuficiente [...]”.

O STJ reconhece a existência dessa categoria social denominada como frágil e que carece de uma proteção especial, segundo o REsp 931.513/RS: “[...] a categoria ético-política, e também jurídica, dos sujeitos vulneráveis inclui um subgrupo de sujeitos hipervulneráveis, entre os quais se destacam, por razões óbvias, as pessoas com deficiência física, sensorial ou

mental [...]”. Portanto, a vulnerabilidade sob o aspecto jurídico, fica demonstrada a qualidade e condição das pessoas menos favorecidas na relação contratual.

5.2 Prescrição e Decadência

A prescrição e a decadência são essenciais para a esfera jurídica, tendo em vista que além de trazerem amplas discussões, são responsáveis pela perda do direito em razão do decurso do tempo, logo, o prazo decadencial refere-se aos vícios, quanto ao prazo prescricional à pretensão é indenizatória decorrente de acidentes de consumo, assim podemos prevê da leitura dos artigos 26 e 27 do código de Defesa do Consumidor:

Art. 26 - O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em: I - 30 (trinta) dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produto não duráveis; II - 90 (noventa) dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produto duráveis. §1º - Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§2º - Obstat a decadência: I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca; II - (Vetado.)

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento. §3º - Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

A diferença entre esses dois institutos está nos seus efeitos e na natureza dos direitos que serão atingidos, o art. 26 trata-se da decadência, que está relacionada no direito que o consumidor tem de reclamar pelos vícios aparentes e ocultos, pode ser tanto nos produtos como nos serviços, quanto ao o artigo 27, este trata da prescrição, ou seja, quando nasce para o consumidor uma pretensão em decorrência de uma lesão sofrida, como por exemplo um vício no produto, podendo assim pleitear judicialmente para que os danos causados possam ser reparados.

5.3 Nulidade das Cláusulas Abusivas

A aplicação da nulidade contratual está previsto no art. 51 do Código de Defesa do Consumidor, que tem como principal objetivo proteger os consumidores contra práticas comerciais abusivas. Logo, de acordo com Flávio Tartuce (2021, pg. 276) a cláusula será nula por se afastar da Teoria do Risco-Proveito, segundo essa teoria, aquele que fornece determinado

produto ou serviço no mercado de consumo com o intuito de obter lucro desproporcionais, responde por eventuais danos, independente de dolo ou culpa.

Tal nulidade busca-se estimular os fornecedores a revisarem suas práticas abusivas para que adotem uma postura mais ética e transparente, levando em consideração que os principais problemas decorre do desrespeito previsto nas condições que representam prejuízos para os clientes. Segundo Flávio Tartuce (2021, pg. 275):

Destaque-se, também, a Súmula 302 do STJ, que determina a nulidade por abusividade da cláusula contratual de plano de saúde que limita no tempo a internação hospitalar do segurado. A cláusula é claramente antissocial, por mais uma vez violar a própria concepção do negócio jurídico celebrado. Cite-se, ainda, o teor da Súmula 112 do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, segundo a qual é nula, por ser abusiva, a cláusula que exclui de cobertura de componente que integre, necessariamente, cirurgia ou procedimento coberto por plano ou seguro de saúde, tais como stent e marca-passo.

Uma cláusula abusiva é nula de pleno direito, pois, pode ser declarada de ofício pelo juiz independentemente de requerimento da parte ou interessado, assim, a cláusula não pode ter eficácia. Assim procedendo, o juiz não estará declarando de ofício à incompetência relativa, motivo pelo qual não é aplicável. Nesses moldes, Nery Jr:

A nulidade da cláusula abusiva deve ser reconhecida judicialmente, por meio de ação direta (ou reconvenção), de exceção substancial alegada em defesa (contestação), ou, ainda, por ato *ex officio* do juiz. A sentença que reconhece a nulidade não é declaratória, mas constitutiva negativa. O efeito da sentença que decreta a nulidade da cláusula abusiva é *ex tunc*, pois desde a conclusão do negócio jurídico de consumo já preexistia essa situação de invalidade. Sendo matéria de ordem pública (CDC 1.º), a nulidade de pleno direito das cláusulas abusivas no contrato de consumo não é atingida pela preclusão, podendo ser alegada a qualquer tempo e grau de jurisdição. Aplicam-se, por extensão, o CPC 485 § 3.º, 337 § 5.º e 342 (exame *ex officio* das questões de ordem pública). (NERY JR.; NERY, 2019, s.p.)

Uma observação a ser feita está prevista no artigo 51, §2º do CDC, que prevê que a decretação de cláusula abusiva não invalida o contrato na sua integralidade, somente a parte definida como onerosa ao consumidor, exceto quando decorrer de ônus excessivo a qualquer uma das partes em razão da ausência da cláusula, ocasião em que o instrumento contratual será nulo como um todo.

Outro ponto a ser discutido são os principais motivos que podem levar à anulação de

uma cláusula contratual, assim ocorre abusividade quando uma das cláusulas impõe condições excessivamente desfavoráveis a uma das partes, causando desequilíbrio no contrato; outra nulidade é quando consta vício de consentimento, uma das partes foi coagida, enganada ou não teve pleno conhecimento das condições do contrato, assim como a ilegalidade, onde a cláusula viola diretamente uma lei ou norma legal; pode-se anular ainda quando houver impossibilidade, tratando-se de uma obrigação impossível de ser cumprida, e por fim, a contrariedade à ordem pública, onde as cláusulas vão contra os princípios fundamentais da sociedade.

Com a exclusão das cláusulas abusivas previstas no contrato, este volta a ser considerado justo, ou seja, vai produzir todos efeitos previstos em lei para que consumidor não seja prejudicado indevidamente e que seus direitos não sejam desrespeitados.

5.4 Direito do Consumidor nos tempos de Pandemia

No início do ano de 2020 inúmeras dificuldades e transformações foram enfrentadas pelos cidadãos em virtude da pandemia da Covid-19, um dos principais pontos de transformação que houve em nosso país foi o setor digital, que passou a ser o principal meio de convivência entre as pessoas, passando a ser o principal meio de comunicação entre as pessoas, de exercer as funções do trabalho, e também o método utilizado para as compras de produtos e o uso de serviços, por ser considerado o único meio seguro de se proteger do vírus.

Deste modo, diante de tal cenário da pandemia do Covid-19, na qual foi decretado estado de calamidade, não há como negar que a procura por planos de saúde aumentou imensamente, causando uma onerosidade excessiva por parte dos fornecedores, onde diariamente era aplicado o uso de preços abusivos e a aplicação de cláusulas abusivas nas prestações de serviços.

Conforme dito anteriormente, os contratos de planos de saúde é o principal exemplo, tendo em vista que trata-se de um contrato de adesão, onde os consumidores optam por conferir, por vezes, ônus desproporcional ao consumidor, violando disposições do Código de defesa do consumidor.

Durante o período de março a 15 de junho de 2020, quando a pandemia da Covid-19 começou a se espalhar pelo Brasil, de acordo com a Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), foram registradas mais de 4,7 mil queixas referente ao atendimento dos planos em

relação ao novo coronavírus, dessas porcentagens, 43% foram sobre problemas relacionados a assistências afetadas pela pandemia; e 21% a respeito de temas não assistenciais, como contratos e regulamentos. (RÁDIO AGÊNCIA, 2020)

5.5 Aumento nos preços sem justa causa

A ganância do ser humano não é algo novo e nem surpreendente, no Brasil diversas vezes já foi demonstrada esse tipo de conduta, a pandemia é o principal exemplo atualmente, ocasionando a ampliação do comércio por parte de diversos fornecedores, que passaram a vender novos produtos essenciais com o intuito de elevarem os preços, o principal produto que teve o aumento demasiado foi o álcool em gel, coagindo o PROCON ir às ruas, aplicar multas em diversos estabelecimentos para impedir tal prática ilegal e abusiva. Portanto, não há dúvidas que estes aumentos se caracterizam como práticas abusivas proibidas pela legislação que visa proteger o consumidor e, evidentemente, caracterizando-as como odiosas.

De acordo com a leitura do art. 51, inciso IV, do CDC, serão nulas de pleno direito, as cláusulas contratuais referente ao fornecimento de produtos e serviços que, determinam obrigações consideradas iníquas e abusivas, colocando o consumidor em grande desvantagem, incompatíveis com a boa-fé. Deste modo, o aumento dos preços nos produtos sem uma justificativa plausível, é considerada uma conduta ilegal e punível.

5.6 Meios de controle das cláusulas abusivas

A identificação de uma cláusula abusiva permite ao consumidor buscar a proteção de seus direitos, é por este motivo que é fundamental adotar e tornar usual os princípios que regem as relações de consumo, assim como buscar orientação junto aos órgãos de defesa do consumidor e, quando for necessário, recorrer ao Poder Judiciário para buscar tal proteção. Por este motivo foram criados mecanismos alternativos que regulariza a iniciativa de órgãos de defesa dos consumidores, de acordo com normas pró-consumidores.

O Procon, é um dos principais órgãos de defesa mais conhecido pelos consumidores, dado que, o seu trabalho busca minimizar os conflitos entre consumidores e fornecedores, de maneira que equilibre e harmonize tais relações, e tem o poder de impor sanções administrativas como multas e penalidades.

Logo, é de suma importância que o Procon use técnicas mais vantajosa para

solucionar os conflitos, como por exemplo parcerias com as Varas do Juizado Especial Cível, pois simplifica o trâmite processual sem qualquer lesão à legislação vigente e garantindo os direitos dos consumidores, assim, muitos consumidores não deixam de procurar seus direito, devido a desistência de muitos por conta da demora, fazendo com que os fornecedores e empresas lucrem excessivamente. Conforme o gestor do Procon-AM, Paulo Radin:

“Estamos trabalhando no sentido da ‘não judicialização’ das demandas nas relações de consumo. O foco é reduzir essas demandas através das campanhas de orientação e conscientização de consumidores e empreendedores, e aquelas que existirem, com a digitalização, reduzirmos também os custos com papel e o tempo de tramitação dessas demandas”. (G1 AMAZONAS, 2018)

Outro meio capaz de combater práticas nocivas é a manutenção e evolução do comércio digital, que foi impulsionado pela pandemia e continua sendo a forma preferida dos consumidores, ainda que esse meio apresente diversos desafios e riscos únicos, o Brasil é considerado como o país que mais vende produtos online, por conta da comodidade e pelos preços ofertados.

De acordo com uma pesquisa feita pela Octadesk em cooperação com a Opinion Box, 61% dos consumidores fazem compras através da internet, deixando de lado as lojas físicas. De acordo com o presidente da Octadesk, Rodrigo Ricco:

“Além dos preços mais competitivos, parte desse cenário também reflete o maior investimento feito pelo varejo online na experiência do consumidor. O processo de compra precisa ser fácil e prazeroso, buscando oferecer uma boa experiência desde a navegação na loja, a descrição do produto, passando pela agilidade no caso de necessidade de atendimento”. (G1, ECONOMIA, 14/12/2022)

Deste modo, é essencial que o Direito do Consumidor acompanhe as transformações trazidas pelas novas tecnologias, como exemplo: atualizando as leis e regulamentos de acordo com as mudanças tecnológicas, conscientizando os consumidores sobre seus direitos e a promoção de uma relação equilibrada entre consumidores e empresas, para que seja possível combater os desafios referente à segurança dos dados, a privacidade dos consumidores, a responsabilidade dos intermediários, a proteção contra fraude, transações automatizadas e principalmente proteger os contratos digitais de cláusulas abusivas.

Em 2020, a Ebit/Nielsen fez uma pesquisa sobre o universo das compras online,

constatando que houve um avanço de 41% no Brasil, alcançando um de faturamento de R\$ 87,4 milhões, sendo considerada nos últimos 13 anos como a maior alta de vendas online. Entre os 13 milhões que compraram online pela primeira vez durante a pandemia, 94% pretendem continuar comprando. (MEIO E MENSAGEM, 2020)

Outro mecanismo que podem ajudar os consumidores a não sofrerem com os efeitos das cláusulas abusivas é contratar um advogado especializado em direito do consumidor e cláusulas abusivas, quando for necessário recorrer ao Poder Judiciário, pois o seu conhecimento jurídico será essencial para estudar os contratos, identificar cláusulas abusivas e como aplicar de forma correta as leis.

Outra maneira de combater as cláusulas abusivas são as Associações de Proteção ao Consumidor, que precisa de mais visibilidade no nosso país, que tem um papel fundamental ao colaborar com as autoridades públicas no combate ao abuso do poder econômico, através de participação nos colegiados e em parceria com órgãos públicos com seus projetos e atividades que buscam encaminhar denúncias aos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, para que as devidas providências legais sejam tomadas e representam o consumidor em juízo.

Por fim, é de suma importância que sejam criadas políticas públicas, para promover e fortalecer os meios de combate as práticas abusivas, com apoio do Conselho Nacional de Justiça para que seja alcançada uma maior amplitude de divulgação através da televisão, de rádio, sites, páginas de comunicações e até nas redes sociais.

CONCLUSÃO

Este artigo teve como finalidade fazer análise acerca das cláusulas abusivas nos contratos de consumo e mostrar a importância desse assunto tão cotidiano, tema este que deveria ser algo de fácil entendimento para toda a sociedade consumeirista, já que na maior parte dos contratos essas cláusulas acabam passando despercebidas, principalmente quando se trata dos consumidores hipossuficientes.

A questão primordial foi esclarecer o quanto as cláusulas abusivas representam uma ameaça aos direitos dos consumidores e a equidade contratual. O Código de Defesa do Consumidor e a Constituição Federal de 1988 representam um grande avanço nas relações

consumeristas, visto que, reconheceu direitos básicos do consumidor, criou um sistema normativo para garantir a efetivação dos direitos fundamentais albergados na norma positivada, e um dos maiores avanços do CDC é o do reconhecimento da vulnerabilidade de todo o consumidor no mercado de consumo.

Assim, mostrou-se que a vulnerabilidade é um dos pilares fundamentais do direito do consumidor, por estar em uma posição mais frágeis em relação aos fornecedores de produtos e serviços, tratando-se de uma desigualdade nas relações de consumo. Assim, percebe-se a importância de tratar sobre a proteção do consumidor, é por isto que a nulidade contratual é uma importante ferramenta jurídica para combater essas práticas abusivas, pois impede que os consumidores sejam explorados e que seus direitos sejam violados.

Por fim, foi importante sublinhar sobre as medidas eficazes que podem obstar as cláusulas abusivas, apontando os principais meios de se prevenir, como a leitura, a procura por um advogado especializado, os órgãos que protegem os consumidores, para que haja uma equidade nas relações contratuais para prevalecer a vontade negocial nas duas partes, respeitando a legalidade e boa-fé contratual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Boletim Sindec. **Boletim Proconsumidor 2022**. Disponível em: Consumidor.gov.br. Acesso em: 18 de agosto de 2024.

CHAVES, Silvia Fernandes. **A vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor nas contratações eletrônicas**/ Silvia Fernandes Chaves. --Barueri, SP : Manole, 2015.

G1. Amazonas 2018. **Celeridade em Ações de defesa do Consumidor**. Disponível em: <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/procon-e-tj-am-assinam-termo-para-mais-celeridade-em-acoes-de-defesa-do-consumidor.ghtml>. Acesso em: 24 de agosto de 2024.

G1.globo.com, **Economia Notícia 2022**. Disponível em: percent-dos-brasileiros-compram-mais-pela-internet-do-que-em-lojas-fisicas-aponta-estudo-ghtml. Acesso em: 12 de julho de 2024.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. 11ª ed. Salvador: Editora Juspodivm, 2015.

HERMAN V. BENJAMIM , ANTONIO ; LIMA MARQUES , Claudia; ROSCOE BESSA, Leonardo. **Manual de Direito do Consumidor**. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

Equidade: Revista Eletrônica de Direito da UEA

Vol. 14. Nº 1, Janeiro-Junho/2026

ISSN: 2675-5394

Artigo Científico

KANT, Immanuel. Fundamentação da metafísica dos costumes. Trad. Antonio Pinto de Carvalho. Companhia Editora Nacional. Disponível em: www.dominiopublico.gov.br Acesso em 15 de março de 2014.

Meio e Mensagem. 2020. **E-commerce**. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/e-commerce-cresce-47-maior-alta-em-20-anos>. Acesso em: 25 de agosto de 2024.

MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 28.^a Ed. São Paulo: Malheiros, 2011.

Meu Bolso; **Mercado Pago**. Disponível em: <https://com.br/comprar-pela-internet>. Acesso em: 13 de julho de 2024.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese, 1999.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa. **Leis Processuais Civis Comentadas e Anotadas**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2019.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção; TARTUCE, Flávio. **Manual de direito do consumidor: direito material e processual**. 3^a Ed. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: Método, 2014.

NUNES, Rizzatto, **Curso de direito do consumidor** – 12. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2018. Consumidores – Leis e legislação – Brasil 2. Consumidores – Proteção – Brasil I. Título.

NUNES, Rizzatto. **O conceito de prática abusiva no Código de Defesa do Consumidor**. 2019. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/coluna/abc-do-cdc/299592/o-conceito-de-pratica-abusiva-no-codigo-de-defesa...> Acesso em: 19.04.2024.

Rádio Agência. 2020. **Covid -19**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional>. Acesso em: 25 de agosto de 2024.

Rel. Ministro Carlos Fernando Mathias (Juiz Federal Convocado do TRF 1^a REGIÃO), Rel., p/ acórdão Ministro Herman Benjamin, Primeira Seção, j. em 25.11.2009, DJe 27.09.2010.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Cláusulas Abusivas nas Relações de Consumo**- 3 ed. – São Paulo: RT, 2010, páginas. 58 e 109.

SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de defesa do consumidor anotado e legislação complementar** - 6. ed. São Paulo, Saraiva, 2008.

TARTUCE, Flávio; **Manual de Direito do Consumidor Direito Material e Processual**; Volume Único. 2021.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual**. 3 ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Método, 2014.

Equidade: Revista Eletrônica de Direito da UEA

Vol. 14. Nº 1, Janeiro-Junho/2026

ISSN: 2675-5394

Artigo Científico