

Curso de Extensão
Projeto Conhecimento sem Fronteiras
Direito do Consumidor e os Planos de Saúde

Título I – Noções Gerais
Capítulo I – Noções introdutórias ao Universo Consumerista

Não é de hoje que existem no mundo às relações conhecidas hodiernamente como relações de consumo, muito embora no passado não receberem essa terminologia pela falta de maturidade do pensamento jurídico em face dos acontecimentos sociais.

Podemos utilizar como exemplo nosso país que tão somente tipificou as relações de consumo, na nação, no final do século XX, praticamente um século de atraso quanto à nação dominante economicamente no globo terrestre, qual seja: Estados Unidos da América.

Neste norte, justifica-se a tamanha dificuldade de compreensão e interpretação desde “novel” diploma legal, haja vista os operadores do direito e a própria sociedade em que estamos inseridos, tradicional, cultural e juridicamente ainda vivenciarem os ranços do individualismo contratual, e da visão privatista do direito, onde vigorava a máxima do *Pacta Sunt Servanda*, em tradução adaptada para a nossa língua, significa dizer que o pacto faz lei entre as partes.

Assim sendo, importante destacar, que este curso de extensão focará a evolução do pensamento jurídico quanto às relações de consumo, a partir do momento em que se iniciaram as famosas produções em série, ou seja, período pós-revolução industrial, não que não havia relações de consumo diretas ou indiretas antes deste período, que fique bem claro.

Entender a Lei 8.078/90, implica, portanto, considerar um problema de memória, pois como já mencionado a grande dificuldade que existe hoje de compreensão das regras nacionais instituídas pela lei de proteção ao consumidor reside nesse aspecto típico da nossa memória/cultura jurídica.

Logo, se não apontarmos, ainda que suavemente, os pressupostos formadores da legislação de consumo, acabaremos, não compreendendo adequadamente por que o Código de Defesa do Consumidor traz um regramento de alta proteção ao consumidor na sociedade capitalista contemporânea.

Capítulo II - Evolução Histórica das Relações de Consumo

Ultrapassadas as noções introdutórias ao universo consumerista, passaremos a expor seus aspectos históricos.

Com o crescimento populacional nas cidades, que geravam aumento de demandas e, portanto, uma possibilidade de aumento da oferta, a indústria em geral passou a querer produzir mais, mais e mais, para vender para mais pessoas.

Neste diapasão, passou-se então a pensar numa situação que seria capaz de entregar, para um número elevado de pessoas, mais produtos e serviços. Para isso, criou-se a chamada **produção em série**, ou noutras palavras “*standartização*” da produção, tornando-a homogênea em todos os aspectos.

Essa nova situação, **produção em série**, possibilitou uma alteração profunda no universo empresarial e das relações sociais, fazendo com que houvesse uma diminuição gigantesca dos custos e um aumento exacerbado da oferta, atingindo diretamente uma gama enorme de pessoas.

Referida situação, culminou para o sucesso deste novo modelo de produção, ou seja, vem crescendo e ganhando novos adeptos entre o século XX e XXI.

Com esse sucesso, houve no globo terrestre a partir da metade do século XX, o fenômeno denominado de **globalização**, que os Estados Unidos da América, nos dizeres de Rizzato Nunes¹ “hodiernamente, é o país que domina o planeta do ponto de vista do capitalismo contemporâneo, que capitanea o controle econômico mundial (cujo modelo de controle tem agora o nome de globalização).”.

Ilustração que demonstra a globalização/massificação das relações

¹ Luis Antônio Rizzato Nunes. Curso de direito do consumidor : com exercício / Rizzato Nunes. – 4. Ed. – São Paulo : Saraiva, 2009.



Continua ensinando que “a proteção ao consumidor (lá nos Estados Unidos da América) havia começado em 1890 com a Lei Sherman, que é a lei antitruste americana. Isto é, exatamente um século antes do nosso CDC, numa sociedade que se construía como sociedade capitalista de massa, já existia uma lei de proteção ao consumidor.”.

Assim sendo, temos como os primeiros movimentos consumeristas existentes no globo terrestre datado a partir da segunda metade do século XX.

Outrossim, esse modelo (inaugurado com a revolução industrial e atualmente capitaneada pelos Estados Unidos da América), pressupõe planejamento unilateral do fornecedor, do fabricante, do produtor, do prestador de serviço etc.

Destarte, esse planejamento unilateral, por óbvio, tinha de vir acompanhado de um modelo contratual, qual seja: **o contrato de adesão**.

Logo, não faria sentido produzir um produto, reproduzi-lo cem mil vezes, e depois ter que firmar cem mil contratos diferentes (paritários) para os cem mil compradores daquele produto.

Ocorre que quem faz o produto e o reproduz cem mil vezes também faz um único contrato e o reproduz na mesma proporção. Assim sendo, quem planeja a oferta de um

serviço ou um produto qualquer, também planeja um único contrato e o imprime e distribuí inúmeras vezes, não se importando com as características impares das pessoas naturais contratantes, muito pelo contrario, atribuindo-lhes tão somente a quantificação dos seus lucros (massificando-as), eis porque denominado neste tempo, nossa sociedade como sendo uma **sociedade de massa**.

Neste interim, Adam Smith² desde o seu tratado que estabeleceu os princípios da economia de mercado competitivo, defendia o ideal:

“O consumo é o único fim e propósito de toda a produção; e o interesse do produtor deve ser atendido até o ponto, apenas, em que seja necessário para promover o do consumidor. A máxima é tão perfeitamente evidente por si mesma, que seria absurdo tentar prová-la (...). No sistema mercantilista, o interesse do consumidor é quase que constantemente sacrificado pelo do produtor; e ele parece considerar a produção, e não o consumo, como o fim último e objeto de toda a indústria e comercio.”.



Logo, chegamos a conclusão que o Código de Defesa do Consumidor, é um verdadeiro microsistema jurídico, em que o objetivo não é tutelar os iguais, cuja proteção já é encontrada no Direito Civil, mas justamente tutelar os desiguais, tratando de maneira diferente fornecedor e consumidor com o objetivo de alcançar a igualdade,

² Apud METZEM, Edward J. Consumerism in the evolving future, The Future of consumerism, Massachusetts: Lexington Books, 1986.

ou seja, trazer a baila o ensinamento aristotélico do princípio da isonomia, com a máxima tratar os iguais de forma igual e os desiguais de forma desigual.

Capítulo III – Princípios Constitucionais e Norteadores da Relação de Consumo

Sábios foram os idealizadores do Código de Defesa do Consumidor, ao elencar de forma expressa seus princípios norteadores, além é claro dos princípios constitucionais donde eclodiram.

O Ministro Joaquim Barbosa³, nos ensina com maestria que “o fato é que, entre nós, a aplicabilidade dos direitos fundamentais na esfera privada é consequência de diversos fatores, muitos deles observáveis na prática jurídica contemporânea, inclusive entre nós. O primeiro deles, o paulatino rompimento das barreiras que separavam até final do século XIX o direito público e o direito privado. Por outro lado, um fenômeno facilmente observável em sistemas jurídicos dotados de jurisdição constitucional – a chamada “constitucionalização do direito privado”, mais especificamente do Direito Civil. Noutras palavras, as relações privadas, aquelas que até bem pouco tempo se regiam exclusivamente pelo Direito Civil, hoje sofrem influxo dos princípios de direito público, emanados predominantemente das decisões proferidas pelos órgãos de jurisdição constitucional. De fato, uma das consequências inelutáveis da aceitação quase universal da supremacia da Constituição e da jurisdição constitucional como instrumento destinado a assegurá-la reside no fato de que os direitos fundamentais, imperativo indeclinável de todas as democracias, não mais se concebem como limitações impostas única e exclusivamente ao Estado. Na Europa e até mesmo nos Estados Unidos, onde são feitos grandes esforços hermenêuticos visando à superação da doutrina da *state action*, as relações privadas não mais se acham inteiramente fora do alcance das limitações impostas pelos direitos fundamentais.”.

³ STF, RE 201819/RJ, Rel^a. Min^a. Ellen Gracie, Rel. p/ o acórdão Min. Gilmar Mendes, j. 11/10/2005.

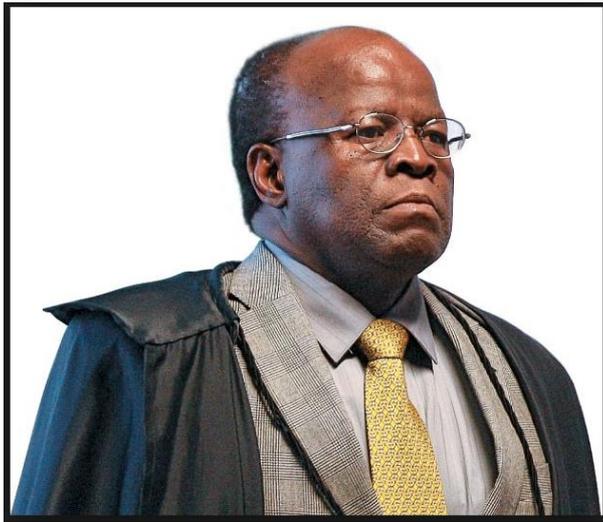


Foto Ministro Joaquim Barbosa (fonte: veja.abril.com.br)

Complementando tal ensinamento, importante se faz a compreensão da evolução do princípio da dignidade do homem, ou seja, às gerações/dimensões dos direitos fundamentais, sendo eles classificados segundo Paulo Bonavides⁴, vejamos:

a) Direitos Fundamentais de 1ª Geração: a primeira geração de direitos fundamentais dominou o século XIX e diz respeito à liberdades públicas e aos direitos civil e políticos, correspondendo aos *direitos de liberdade*. Tais direitos têm como titular o indivíduo e se apresentam como direitos de resistência ou de oposição perante o Estado. Postulou-se, nesta época, a não intervenção do Estado.

b) Direitos Fundamentais de 2ª Geração: a partir do século XIX, após a Revolução Industrial europeia, marcada pelas péssimas condições de trabalho, houve a necessidade de se privilegiar os direitos sociais, culturais e econômicos, correspondendo aos *direitos de igualdade*. Para que a igualdade se concretizasse, ao contrário do defendido na 1ª Geração, era necessária maior participação do Estado, face ao reconhecimento de sua função social, através de prestações positivas, que visassem o bem-estar do indivíduo.

c) Direitos Fundamentais de 3ª Geração: no final do século XX, período marcado por profundas mudanças na comunidade internacional e na sociedade (contratação em massa, crescente desenvolvimento tecnológico e científico), com a finalidade de tutelar o próprio gênero humano, surgiram os direitos considerados transindividuais, direitos de pessoas consideradas coletivamente. São os *direitos de fraternidade, de solidariedade*, como o direito ao meio ambiente equilibrado, à proteção dos consumidores etc.

⁴ BONAVIDES, Paulo. *Curso de Direito Constitucional*. 9ª ed. São Paulo: Malheiros, 2000, p. 516.

Ou seja, a Revolução Francesa acabou profetizando a sequência das gerações dos direitos fundamentais: *liberdade* (1ª Geração); *igualdade* (2ª Geração) e *fraternidade* (3ª Geração).



Bandeira Francesa com a *Tríplice Ideali* – Gerações do Direito

Ultrapassados os esclarecimentos quanto as gerações dos princípios (Direitos) Fundamentais do homem, o Artigo 170, da Constituição Federal de 1988, denominada por muitos de “Constituição Cidadã”, estabelece como um todo, os princípios gerais para a atividade econômica.

Assim sendo, dos nove princípios contidos nos incisos do referido artigo em epígrafe, quatro são interessantes para este curso de extensão. São eles: propriedade privada; função social da propriedade; livre concorrência; defesa do consumidor, e a possibilidade de exploração da atividade econômica, sem deixarmos de observar seu risco natural apregoado no parágrafo único do art. 170, retro mencionado.

Partindo da premissa que a Constituição Federal garante a livre iniciativa e a garantia da propriedade privada, isto **não significa** que, sendo proprietário, qualquer um pode ir ao mercado de consumo praticar a iniciativa privada sem qualquer preocupação de caráter ético no objeto da responsabilidade social.

Muito pelo contrário, os demais princípios e regramentos impõem limites cristalinos quanto à exploração do mercado.

No mesmo diapasão, Rizzatto Nunes⁵ afirma que da leitura do texto constitucional afirma-se:

⁵ Idem ibidem

a) o mercado de consumo aberto à exploração não pertence ao explorador; ele é da sociedade e em função dela, de seu benefício, é que se permite sua exploração;

b) como decorrência disso, explorador tem responsabilidades a saldar no ato exploratório; tal ato não pode ser espoliativo;

c) se o lucro é uma decorrência lógica e natural da exploração permitida, não pode ser ilimitado; encontrará resistência e terá de ser refreado toda vez que puder causar dano ao mercado e à sociedade;

d) excetuando os casos de monopólio do Estado (p. ex., do art. 177), o monopólio, o oligopólio e quaisquer outras práticas tendentes à dominação do mercado estão proibidos;

e) o lucro é legítimo, mas o risco é exclusivamente do empreendedor. Ele escolheu arriscar-se: não pode repassar esse ônus para o consumidor.

Com efeito, a da letra *a* decorre das garantias constitucionais da função social da propriedade, da defesa do consumidor, da construção de uma sociedade livre, justa e solidária e da promoção do bem comum. Tudo fundado no princípio máximo da garantia da dignidade da pessoa humana.

Quanto ao estabelecido nas letras *b*, *c*, *d* e *e*, as bases são as mesmas.

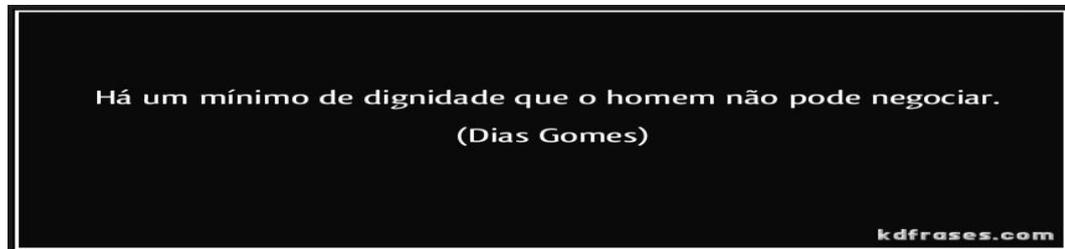
Princípio da Livre Concorrência: pode ser entendido como uma meta na exploração do mercado, sendo ela a da produção e oferta de produtos e serviços com a melhor qualidade e o menor preço possíveis.

Temos o entendimento de que o mercado é uma ficção econômica, pertencente a sociedade. Logo a existência do mercado é confirmada por sua exploração concreta e histórica, porém tal exploração não pode ser tal que possa prejudicar o próprio mercado ou a sociedade.

Assim sendo, um banco, uma operadora de plano de saúde, ou uma fornecedora de medicamentos, enfim, qualquer empreendedor está proibido de repassar o risco do seu negócio para o consumidor.

Ultrapassados os princípios constitucionais ou supra princípios consumerista, passaremos a estudar os princípios oriundos da Lei nº. 8.078/90.

Princípio da Dignidade da Pessoa Humana: considerado como o último arcabouço da guarida dos direitos individuais e o primeiro fundamento de todo o sistema constitucional e consequentemente consumerista;



Princípio da Proteção de Necessidade: garante ampla proteção moral e material ao consumidor;

Princípio da Transparência: obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e serviços que são ofertados e, também, gerará no contrato a obrigação de propiciar-lhe o conhecimento prévio de seu conteúdo;

Princípio da Harmonia: equivalente ao princípio da isonomia retro mencionado;

Princípio da Vulnerabilidade: significa que o consumidor é a parte mais fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

Princípio da boa-fé objetiva: definida como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever de ambas partes agirem conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. Pode-se pensar em comportamento fiel.

Princípio da Igualdade das Contratações: defende a ideia que o fornecedor não pode diferenciar os consumidores entre si.

Princípio de práticas abusivas: o inciso IV, do art. 6º, proíbe incondicionalmente as práticas e as cláusulas abusivas.

Princípio da Reparação Integral: de todo modo, havendo dano material *lato sensu*, ou dano extrapatrimonial *lato senso*, sua reparação tem de ser integral.

Destarte os princípios acima apresentados, o Código de Defesa do Consumidor abarca além destes, inúmeros outros, como o da proibição do tarifamento, prevenção,

acesso a justiça etc, porém basta o estudo dos explanados para o bom desenvolvimento deste curso.

Bibliografia:

GARCIA, Leonardo de Medeiros, Direito do Consumidor : código comentado, jurisprudência, doutrina, Decreto n°. 2.181/1997. 7. Ed. rev., ampl. E atual. Pela Lei n°. 12.291/2010, pela MP n° 518/2010, que trata sobre o Cadastro Positivo, e pelas novas Súmulas do STF e do STJ / Niterói : Impetus, 2011.

NUNES, Luis Antônio Rizzatto, Curso de direito do consumidor : com exercícios / Rizzatto Nunes. – 4. Ed. – São Paulo : Saraiva, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito, Manual de direitos do consumidor / José Geraldo Brito Filomeno. – 11. Ed. – São Paulo : Atlas, 2012.

RODRIGUES, Mauro Sérgio, Processo civil do consumidor bancário - doutrina do equilíbrio contratual : uma resposta ao *modus operandi* bancário / Mauro Sérgio Rodrigues. – Campinas, SP : Millennium Editora, 2011.

DESSAUNE, Marcos046.661.441-10esvio produtivo do consumidor : o prejuízo do tempo desperdiçado / Marcos Dessaune. – São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2011.

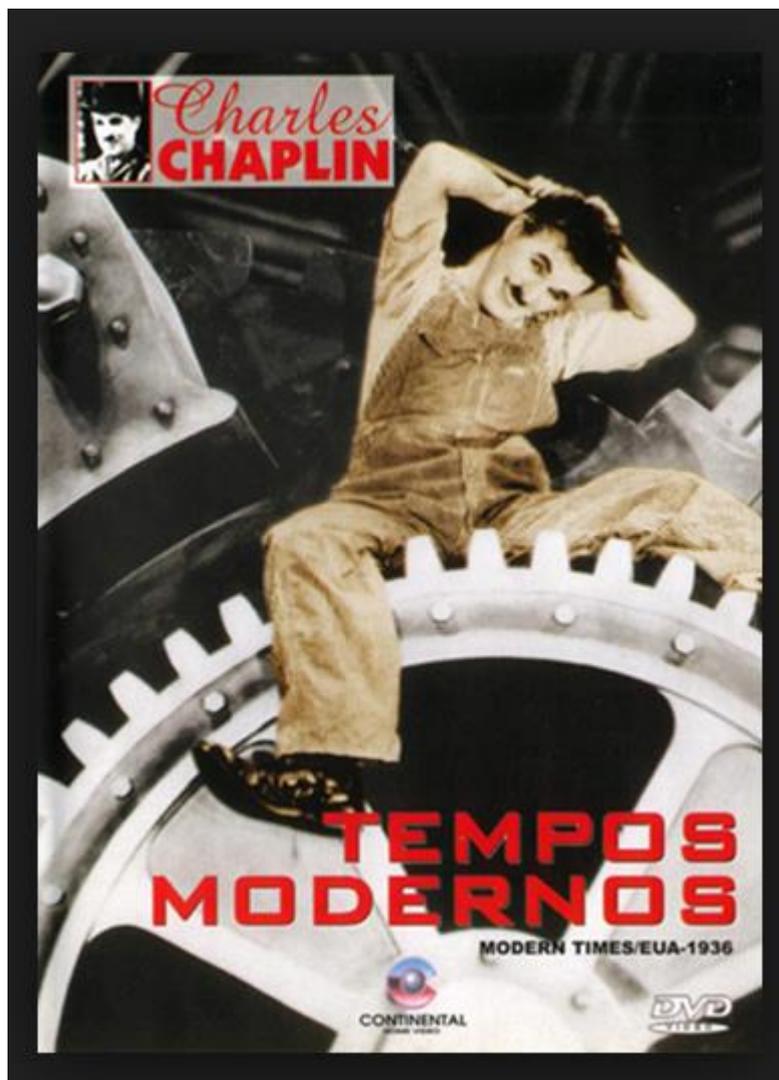
FIGUEIREDO, Leonardo Vizeu, Curso de direito de saúde suplementar : manual jurídico de planos e seguros de saúde / Leonardo Vizeu Figueiredo. – São Paulo : MP Ed., 2006.

VENOSA, Sílvio de Salvo, Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos / Sílvio de Salvo Venosa. – 6. Ed. – 2. Reimpressão – São Paulo : Atlas, 2006 – (Coleção direito civil; v. 2).

www.planalto.gov.br

www.tjmt.jus.br

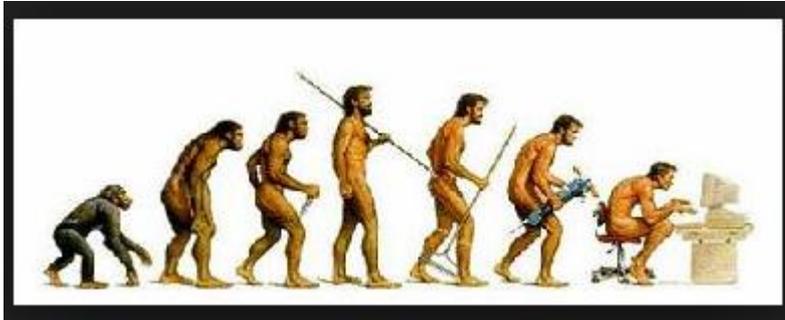
Atividade complementar:



Charlie Chaplin Tempos Modernos:

(65) 3653-9750– Rua das Papoulas, 213, Jardim Cuiabá,
CEP nº. 78043-138 – Cuiabá – MT

<http://www.youtube.com/watch?v=XFXg7nEa7vQ>



Pearl Jam - Do the Evolution:

<http://www.youtube.com/watch?v=aDaOgu2CQtI>