

CENTRO UNIVERSITÁRIO UNINOVAFAPÍ
BACHARELADO EM DIREITO

ANA CAROLINA DE SOUSA
ANTÔNIO CARLOS PEREIRA CHAVES JUNIOR
JESSYCA MARIA MEDEIROS DA SILVA

MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR NA PERSPECTIVA DO EMPRESÁRIO

TERESINA

2022

ANA CAROLINA DE SOUSA
ANTONIO CARLOS PEREIRA CHAVES JUNIOR
JESSYCA MARIA MEDEIROS DA SILVA

MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR NA PERSPECTIVA DO EMPRESÁRIO

Artigo de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do Centro
Universitário UNINOVAFAPI, como requisito
parcial para obtenção do grau de Bacharel em
Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Cinthia Ayres de Holanda

TERESINA

2022

FICHA CATALOGRÁFICA

S725m Sousa, Ana Carolina de.

Má-fé do consumidor na perspectiva do empresário. Ana Carolina de Sousa; Antônio Carlos Pereira Chaves Junior; Jessyca Maria Medeiros da Silva. – TERESINA: UNINOVAFAPI, 2022.

Artigo (Graduação em Direito) – Centro Universitário UNINOVAFAPI / Afya, Teresina, 2022.

27 p.; 23cm.

Orientador (a): Profa. Me. Cinthia Ayres de Holanda. Centro Universitário UNINOVAFAPI, 2022.

1. Má-fé. 2. Litigância. 3. Boa-fé. 4. Consumido. I. Título. II. Holanda, Cinthia Ayres de.

CDD 342.125 138 122

Catálogo na publicação
Antonio Luis Fonseca Silva– CRB/1035
Francisco Renato Sampaio da Silva – CRB/1028

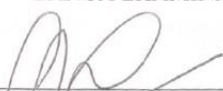
ANA CAROLINA DE SOUSA
ANTÔNIO CARLOS PEREIRA CHAVES JUNIOR
JESSYCA MARIA MEDEIROS DA SILVA

MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR NA PERSPECTIVA DO EMPRESÁRIO

Artigo de Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Banca Examinadora do Centro
Universitário UNINOVAFAPÍ, como
requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Direito.

Data de Aprovação: 16 / 11 / 2022

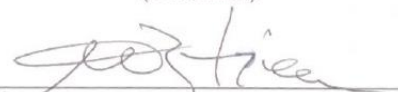
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Ma. Cíntia Ayres de Holanda

Centro Universitário - UNINOVAFAPÍ

(Orientador)



Prof. Dr. Alexandre Augusto Batista de Lima

Centro Universitário - UNINOVAFAPÍ

(1º Examinador)



Prof. Me. José Augusto de Carvalho Mendes Filho

Centro Universitário - UNINOVAFAPÍ

(2º Examinador)

AGRADECIMENTOS

A Deus pela saúde de sempre e por nos dar sabedoria para escrever cada linha deste trabalho tão importante para nossa carreira acadêmica.

Aos nossos familiares, por constituírem a base de tudo em nossas vidas.

Aos amigos muito presentes, tanto nos melhores como nos piores momentos de nossas exaustivas jornadas.

Aos professores, pontos-chave de tudo, pelos ensinamentos a nós repassados e pela imensa paciência.

Ao Centro Universitário Uninovafapi por propiciar as adequadas e suficientes condições à realização desse sonho.

Aos demais que direta ou indiretamente foram fundamentais no caminho percorrido nesses últimos anos.

RESUMO

Tendo em vista a atual facilidade de acesso ao Poder Judiciário brasileiro, houve, logicamente, um crescimento no número de litígios associados às relações de consumo. Considerando os casos que se tem conhecimento por conta do exercício do operador do Direito, a pesquisa, de essência bibliográfica, focou na análise aos motivos que levaram ao evidente e notório aumento dos casos de prática de má-fé dentro do processo, gerando um desequilíbrio processual no que concerne às relações de consumo. Tal análise identificou que, além de a Justiça ter ficado mais acessível ao brasileiro, a legislação ainda é branda no que se refere às sanções impostas aos que litigam de má-fé. A escolha do tema justifica-se pela necessidade de perceber que o consumidor pode utilizar meios ilícitos para prejudicar a parte requerida e obter benefícios para si ou para outrem. Assim, a pesquisa apresentou os elementos da relação de consumo, quais sejam o consumidor, o fornecedor (de serviço ou produto) e a relação propriamente dita; a boa-fé como princípio e sob a ótica subjetiva-objetiva, perfazendo um levantamento histórico e conceitualização; e a litigância de má-fé como causa da necessária atualização do sistema jurídico em prol da coibição de práticas que atentem contra a boa-fé. Concluiu que a principal falha está na legislação, que estabelece punições desproporcionais à ofensa e que outra falha significativa é fixar o consumidor como a parte vulnerável, o que se constitui como uma ideologia ultrapassada, haja vista que atualmente os casos de litigância de má-fé nas lides consumeristas têm aumentado notoriamente.

Palavras-chave: Má-fé. Litigância. Boa-fé. Consumidor.

ABSTRACT

In view of the current ease of access to the Brazilian Judiciary, there has, of course, been an increase in the number of disputes associated with consumer relations. Considering the cases that are known due to the exercise of the operator of the Law, the research, of bibliographic essence, focused on the analysis of the reasons that led to the evident and notorious increase in cases of bad faith within the process, generating an imbalance process with regard to consumer relations. This analysis identified that, in addition to the fact that Justice has become more accessible to Brazilians over time, the legislation is still lenient with regard to the sanctions imposed on those who litigate in bad faith. The choice of topic, justified by the need to show that the consumer often uses illegal means to harm the defendant and obtain benefits for himself or for others, presented the elements of the consumption relationship, namely the consumer, the supplier (of service or product) and the relationship itself; good faith as a principle and from a subjective-objective point of view, making up a historical survey and conceptualization; and bad-faith litigation as a reason for the necessary updating of the legal system in order to prevent practices that violate good faith. It concluded that the main flaw is in the legislation, which establishes disproportionate punishments for the offense and that another significant flaw is to establish the consumer as the vulnerable party is an outdated ideology, given that currently cases of bad faith litigation in consumerist disputes have increased. notoriously.

Keywords: Bad faith. Litigation. Good faith. Consumer.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, a questão da má-fé por parte do consumidor tem sido mais frequente nas relações de consumo, o que tem culminado em reiterados desequilíbrios processuais. Por sua vez, este desequilíbrio afeta vários princípios previstos no ordenamento jurídico brasileiro, como os princípios da boa-fé objetiva, da isonomia e da primazia da realidade dos fatos. Dessa forma, esses princípios, que são norteadores do Direito, se mostram como fundamentais à manutenção de um processo dentro dos padrões legais e como imprescindíveis à proteção contra violações aos direitos fundamentais constitucionais e que também estão previstos no Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) e no Código de Processo Civil (BRASIL, 2015).

Enquanto o princípio da boa-fé objetiva se faz presente no processo tentando estabelecer uma relação de transparência durante o percurso, o princípio da isonomia preza pela igualdade na relação processual, o que garante, que as partes tenham o mesmo direito entre elas, não privilegiando uma parte em detrimento da outra. Ademais, o princípio da primazia da realidade dos fatos, aliado aos outros dois, é necessário nas relações jurídicas, pois, para que haja um processo justo em uma relação o que deve realmente importar são os fatos que ocorrem, independentemente de documento que indique o contrário.

No direito consumerista, todos os princípios mencionados acima são importantes, tendo em vista a existência de uma desigualdade processual através do fato de o consumidor ser considerado a parte mais vulnerável no processo, fazendo com que este, mesmo quando se utilizando da má-fé, obtenha benefícios para si ou para outrem, embora prejudicando a parte requerida. Assim, tais princípios acabam por favorecer um consumidor mal-intencionado.

A análise temática se faz conveniente justamente pela necessidade do cumprimento dos preceitos legais constitucionais, que objetivam evitar esse tipo de falha jurídica, a qual prejudica o equilíbrio processual assim como prejudica um bem jurídico tutelado e gera insatisfação com a aplicação da lei. Desse modo, surge a seguinte pergunta: por que os casos de prática de má-fé dentro do processo apresentam aumento, gerando um desequilíbrio processual? Buscando responder este questionamento, o objetivo geral deste trabalho consiste em analisar o instituto da litigância de má-fé utilizada pelo consumidor no ajuizamento de ações, e os objetivos específicos são apresentar considerações acerca do histórico do termo boa-fé, identificar as falhas no ordenamento jurídico, definir relações de consumo e discorrer acerca dos sujeitos que a compõem.

A escolha do tema se dá em virtude do número de demandas relacionadas aos casos que envolvem relações de consumo que são costumeiramente acometidas por violações aos

princípios básicos que as norteiam, como os princípios da boa-fé objetiva, da isonomia e da primazia da realidade. Haja vista que o polo que prejudica é o polo que deveria ser o vulnerável, ou pelo menos assim a legislação considerada; o consumidor, vulnerável aos olhos da lei, acaba, por vezes, prejudicando injustamente o fornecedor, ferindo o que dispõe o artigo 80, incisos I a VII, do Código de Processo Civil (BRASIL, 2015).

No que se refere à relevância social de discutir acerca da litigância de má-fé, crê-se na necessidade de entender como o consumidor ultrapassa os limites do bom-senso e da presunção de boa-fé adquirida histórica e legalmente; pauta-se na importância de compreender até que ponto o consumidor realmente é a parte vulnerável na relação de consumo; e fundamenta-se na imprescindibilidade de mostrar que muitas vezes o consumidor utiliza meios ilícitos para prejudicar a parte requerida e obter benefícios para si ou para outrem.

No intuito de atender às expectativas que a temática propõe, a escolha dos procedimentos metodológicos é fundamental. Nessa perspectiva, a proposta é uma pesquisa bibliográfica narrativa de abordagem qualitativa. As fontes são: doutrinas diversas de autores renomados, como Diniz (2011), Nery Jr e Nery (2007) e Lôbo (2011), que discutem acerca dos componentes da relação de consumo, da boa-fé e da litigância de má-fé, bem como a legislação brasileira, especialmente o Código de Defesa do Consumidor (1990), que apresenta a base jurídica para a fundamentação legal da pesquisa.

Os resultados da pesquisa estão organizados em três tópicos, subdivididos em sub tópicos, que apresentam, respectivamente: os elementos da relação de consumo, quais sejam o consumidor, o fornecedor (de serviço ou produto) e a relação propriamente dita; a boa-fé como princípio e sob a ótica subjetiva-objetiva, perfazendo um levantamento histórico e conceituação; e a litigância de má-fé como causa da necessária atualização do sistema jurídico em prol da coibição de práticas que atentem contra a boa-fé.

2 ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Este tópico visa discorrer acerca dos elementos que compõem uma relação de consumo, quais sejam o consumidor e o fornecedor (que pode oferecer produto ou serviço ao consumidor final) A compreensão de tais componentes é crucial para a vislumbrar como a má-fé age e quais as consequências dela para a relação de consumo. No entanto, é válido, primeiramente, fazer uma análise do que seja a relação de consumo.

De início, cumpre evidenciar como sendo a origem normativa do Direito do Consumidor, a Carta Magna (BRASIL, 1988). Pela primeira vez em toda a história

constitucional do Brasil, o constituinte incluiu a defesa do consumidor este compreendido como vulnerável nas relações de consumo, entre as garantias e direitos constitucionais, a exemplo do artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988: “XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” (BRASIL, 1988).

A relação jurídica de consumo é definida pela composição de consumidor e fornecedor em lados opostos e possuindo como objeto serviço ou produto, com base no que está depreendido na análise dos artigos 2º e 3º do CDC (BRASIL, 1990). Trata-se da aquisição, pelo consumidor, de um serviço ou produto do fornecedor. Em razão da vulnerabilidade, o Estado intervém nas relações de Direito Privado diminuindo a autonomia de vontade dos contratantes e estabelecendo direitos a uma das partes. O consumidor é vulnerável presumidamente, contudo, deve ser provada a hipossuficiência.

Em primeiro plano vale frisar como destaca Lôbo (2011, p. 31), sobretudo no que tange a contrato de consumo, como balizador para a matéria consumerista:

A relação contratual de consumo dá-se entre quem exerce atividade profissional organizada, denominado fornecedor, e o eventual adquirente ou usuário dos bens ou serviços que forneça ao público, denominado consumidor. É uma relação que o direito presume desigual e merecedora de tutela, porque faz emergir o efetivo poder negocial das partes. Assim, são partes juridicamente desiguais.

O CDC pátrio acerca da Política Nacional de Relações de Consumo que determina os objetivos referentes a necessidades, proteção dos interesses econômicos dos consumidores e qualidade de vida, tal qual a transparência das relações de consumo, obedecidos os princípios abaixo:

- I - Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;
- II - Ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor; por iniciativa direta; por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas; pela presença do Estado no mercado de consumo; pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho;
- III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilidade da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais funda a ordem econômica (art. 170 da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;
- IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;
- V - Incentivo à criação, pelos fornecedores, de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução aos conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;
 VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;
 VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo (BRASIL, 1990).

O CDC é aplicado tão-somente nas relações jurídicas de consumo, levadas em consideração aquelas constituídas entre fornecedor e consumidor, possuindo como objeto a aquisição ou uso de produtos ou serviços por parte do consumidor (BRASIL, 1990). É decorrente daí a relevância da clara identificação dos elementos que formam essa relação, tais quais, o fornecedor e o consumidor (elementos subjetivos), e serviço e produto (elementos objetivos).

Os conceitos de tais elementos na Lei nº 8.078/90 (BRASIL, 1990) têm interligação, o que quer dizer que, para identificar, por exemplo, o consumidor, torna-se necessária a identificação do fornecedor, assim como do produto ou serviço. Resumindo, apenas irá existir um consumidor caso na mesma relação exista um fornecedor, assim como um serviço ou produto. Por estes motivos, a doutrina entende que os conceitos em análise são relacionais (ANDRADE; MASSON; ANDRADE, 2013).

Em contrapartida, pode-se, pela doutrina, conceituar relação de consumo como uma modalidade das relações jurídicas em geral; caracterizada pela presunção de inferioridade do indivíduo consumidor diante do indivíduo fornecedor. Relação esta que engloba (BECHARA, 2009, p. 45):

1 – Dois polos bem definidos: de um lado, o polo adquirente de produtos ou serviços; de outro, o polo fornecedor de produtos ou serviços; 2 – Uma relação destinada à satisfação de alguma necessidade particular do consumidor; 3 – Tem por objeto, necessariamente, um produto ou serviço.

Conforme o princípio consumerista básico, que é o de vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, as cláusulas que favoreçam a posição do fornecedor, serão, em caráter obrigatório, consideradas nulas, o que implica na nulidade do contrato em sua totalidade (artigo 5º, § 2º, do CDC) (BRASIL, 1990), em obediência ao princípio da preservação do contrato, porém em sua revisão, a favor do consumidor.

Fora isso, Tartuce (2013) cita que a jurisprudência ainda expõe como relação consumerista aqueles serviços gratuitos aparentemente que provocam uma vantagem indireta ao fornecedor, como estacionamento gratuitos localizados em estabelecimentos comerciais e

o sistema de milhas de companhias aéreas, uma vez que referidos serviços têm a capacidade de atrair os consumidores, podendo ser usados inclusive como uma maneira de publicidade.

É evidente, portanto, a partir da explicitação até aqui, que a compreensão do tema só é possível mediante o entendimento dos conceitos dos sujeitos que compõem a relação consumerista. A medida em que se entendem as funções de cada sujeito e da relação em si, é fácil inserir os institutos da boa-fé e da má-fé na realidade do consumidor e das relações jurídicas de que participa, como é o caso da lide, onde se intitula o mais vulnerável, que nem sempre condiz com a realidade dos fatos.

2.1 Consumidor

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) (BRASIL, 1990) possui como prioridade minimizar as desigualdades sociais no ordenamento jurídico pátrio e, sobretudo, tutelar os cidadãos buscando prezar pelo Princípio da Dignidade da Pessoa Humana, que está em consonância com a Constituição Federal de 1988 (CF/88) (BRASIL, 1988).

O CDC constitui um conjunto de normas de caráter específico em prol da defesa dos interesses dos consumidores. Todavia, compreende temas bem variados e toma proveito de conceitos de diversas áreas do Direito, o que moderniza alguns institutos já ultrapassados diante de suas diretrizes. Abrange a tutela do Estado em todas as áreas, em sua esfera de aplicação, protege os interesses e os direitos dos consumidores, protege a segurança e a saúde do consumidor, normatiza a responsabilidade civil do fornecedor, as práticas de cunho comercial, protege-os no que se refere aos contratos; concomitantemente, impõe sanções cíveis, administrativas e penais para sua infração em defesa do consumidor que venha a se encontrar em juízo (MORAES, 2008).

A conceituação de consumidor é algo complexo. Todavia, acredita-se que a tese mais correta estabelece que o consumidor é:

Todo aquele que, para seu uso pessoal, de sua família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens, ou informação colocados à sua disposição por comerciantes, ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso de sua atividade ou conhecimento profissionais (BENJAMIN, 1988, p. 78).

Associado ao que engloba o conceito de consumidor, a doutrina se manifestou em duas correntes distintas. A primeira é a maximalista, na qual o conceito possui uma abrangência

maior que a estabelecida por lei, defendendo que o consumidor é tanto o destinatário final fático quanto o econômico, com a argumentação de que independente da obtenção do produto ou serviço acontecer como material para a cadeia produtiva, este ainda é merecedor de proteção.

Enquanto isso a segunda corrente, denominada finalista, entende que:

Para os finalistas, pioneiros do consumerismo, a definição de consumidor é o pilar que sustenta a tutela especial, agora concedida aos consumidores. Esta tutela só existe porque o consumidor é a parte vulnerável nas relações contratuais no mercado (MARQUES, 2006, p. 303).

Referida corrente propõe conceituar consumidor de maneira limitada, onde a obtenção deve materializar não uma revenda ou utilização profissional, mas sim consumo próprio (ALICERAL, 2014). Aludida definição jurídica é definida através do artigo 2º do CDC (BRASIL, 1990), o qual será devidamente complementado por três outras definições que a parte majoritária da doutrina define como espécies de consumidores equiparados, uma vez que independente de se formarem como tal, são interpretadas desta forma em prol de permitir a tutela protetiva efetiva da lei consumerista, em favor da coletividade, isto é, das vítimas de certo acidente de consumo, ou inclusive de um contraente mais fraco, diante do poder e da atuação abusiva do agente negocial de mais força (MIRAGEM, 2016).

Melo (2012) evidencia que o conceito de consumidor tem que ser interpretado com base no confronto dos artigos 2º, parágrafo único, 17 e 29, todos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Afinal, dessa maneira, não há de ficar restrito à figura do consumidor delineada no caput do artigo 2º, o qual conceitua como tal o destinatário final de um serviço ou produto. Portanto, conceitua-se consumidor como toda pessoa jurídica ou física que utiliza ou adquire serviço ou produto como destinatário final (BRASIL, 1990).

Fora isso, para ser tido como um consumidor, os bens adquiridos devem ser somente de consumo e não de capital, e é necessária a existência de um desequilíbrio entre consumidor e fornecedor, de forma que tal desequilíbrio favoreça o segundo (BECHARA, 2009, p.45).

É indispensável, assim, que a lei que dispõe sobre a defesa do consumidor tutele, além do consumidor em sentido próprio, outros indivíduos que estão em posição de desigualdade no que diz respeito a figura do citado fornecedor, em conformidade com o entendimento de Barcellos (2008, p. 23):

a) vítimas de acidentes de consumo (bystanders): Sempre que houver um acidente de consumo, todos os envolvidos, sejam consumidores ou não, poderão fazer uso da proteção contida no capítulo referente ao fato do produto ou serviço. É o que determina o art. 17: “Para os efeitos desta Seção,

equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.” Os equiparados a consumidor por serem vitimados são os que não tendo participado da relação de consumo sofrem apenas suas consequências danosas. É o caso, por exemplo, de alguém atropelado por um automóvel com defeito de fabricação.

b) expostos a práticas abusivas: Através de seu art. 29, manifesta-se a maior amplitude da proteção do Código do Consumidor: “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.” O art. 29 amplia o conceito de consumidor, aplicando as regras dos capítulos cinco e seis do Código, referentes respectivamente à proteção comercial e contratual, a todos, inclusive profissionais, submetidos às práticas abusivas. Ao tutelar o consumidor equiparado nestes aspectos, o legislador optou por reequilibrar a relações desiguais e reprimir o uso abusivo do poder econômico.

c) defesa coletiva do consumidor: consumidor equiparado: O art. 2º, parágrafo único, do CDC, equipara a consumidor, a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis que haja intervindo nas relações de consumo.

A relevância desta equiparação é permitir a defesa coletiva de direitos individuais homogêneos, difusos e coletivos, tal como estabelecidos no artigo 81 do Código de Defesa do Consumidor brasileiro. O dito artigo pressupõe que:

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II – interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III – interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum (BRASIL, 1990).

É imperioso que se amplie essa conceituação, concedida a sua relevância e força legais, na qual o legislador, no parágrafo único do aludido artigo, funda a figura do consumidor equiparado, ao determinar de forma expressa que a coletividade de pessoas, mesmo que indetermináveis, desde que tenham intervindo nas relações de consumo, deve ser equiparada a consumidores (MELO, 2012).

Nesse ínterim, o artigo 17 da lei em questão, de igual forma, equipara à condição de consumidor todos os indivíduos que possam ter sido vitimados por acidentes decorrentes, originados do fato do serviço ou produto (BRASIL, 1990).

Nessa visão, o código consumerista ao normatizar as práticas comerciais, começando o capítulo no artigo 29, mais uma vez serve-se da expressão “equipara-se” com o propósito de

estender a proteção consumerista para todos os indivíduos determináveis ou não que tenham sido expostos a estas práticas (BRASIL, 1990).

Em síntese, o consumidor é figura indispensável a caracterização da relação de consumo, bem como o fornecedor; e é reconhecido como a parte vulnerável nessa relação. Nesse sentido, é preciso agora discutir acerca da figura do fornecedor de produtos ou serviços, outro elemento imprescindível e que não adquire esse status de fragilidade diante do contexto jurídico.

2.2 Fornecedor

Diferentemente do que se constata com o conceito de consumidor, discriminado no tópico anterior, que tanto a lei quanto a doutrina estabelecem como razoável abrangência, o conceito de fornecedor não é tão debatido. Isso não recomenda que seja descredenciada a atenção dos exerceitores do direito, mas sim o oposto.

Por sua grande amplitude, o conceito de fornecedor é digno de atenção especial, e desde então será demonstrada sua importância, devidamente amparada tanto pela legislação quanto pelos doutrinadores brasileiros.

Como já falado, para que exista uma doutrina de consumo, conforme o Código de Proteção e Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), é preciso que sejam identificados em uma mesma relação o fornecedor, o consumidor, o serviço prestado ou o produto fornecido. Ao faltar um destes componentes, a questão deverá ser solucionada com base na lei comercial ou civil distanciando-se a incidência da lei consumerista.

Considera-se fornecedor aquele indivíduo que proporciona a notória e consistente oferta de serviços e produtos no mercado, destinador, notadamente, ao consumidor, de forma a suprir as necessidades constantes e diversas dos considerados consumidores (BECHARA, 2009).

O CDC tem uma conceituação ao que denomina fornecedor e estabelece tal definição, bem explicativa, no artigo 3º, identificando que:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (BRASIL, 1990).

É importante desenvolver o conceito apresentado e explicar a diferença entre o fornecedor de produtos ou de prestação de serviços. O § 1º do referido artigo define produto

como “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” e o § 2º caracteriza serviço como “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista” (BRASIL, 1990).

Objetivamente descrevendo, é possível afirmar que o fornecedor de produto oferece bens e o fornecedor de serviços oferece atividades. Tanto um como o outro exerce a atividade de comercializar algo, seja produto (bem) ou serviço (atividade). Desse modo, independentemente do que oferte ao seu consumidor, se produto ou serviço, o fornecedor não sofre descaracterização por oferecer uma coisa ou outra. Conclua-se, portanto, que o fornecedor pode ser produtor, comerciante ou prestador de serviços.

Diante de tal contextualização, depreende-se que fornecedor é qualquer pessoa jurídica ou física que executa alguma atividade econômica e ofereça ao mercado consumidor, de forma habitual, serviços e/ou produtos, na condição de produtora, transformadora, fabricante, importadora, montadora, ou inclusive na qualidade de distribuidora ou mero comerciante (MELO, 2012).

Na concepção de Almeida (2003, p.41), que desenvolve significativamente esse conceito legal de fornecedor, há uma dimensão expansiva sobre tal instituto:

Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializada produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território. Nesse ponto, portanto, a definição de fornecedor se distancia da de consumidor, pois, enquanto este há de ser o destinatário final, tal exigência já não se verifica quanto ao fornecedor, que pode ser o fabricante originário, o intermediário ou o comerciante, bastando que faça disso sua profissão ou atividade principal. Fornecedor é, pois, tanto aquele que fornece bens e serviços ao consumidor como aquele que o faz para o intermediário ou comerciante, porquanto o produtor originário também deve ser responsabilizado pelo produto que lança no mercado de consumo (CDC, art.18). O conceito legal de fornecedor engloba também as atividades de montagem, ou seja, a empresa que compra peças isoladamente produzidas para a montagem do produto final (p. ex., automóveis), as de criação, construção, transformação (de matéria-prima em produto acabado), bem como as de importação, exportação e distribuição (p. ex., do atacadista para os pequenos varejistas).

O fornecedor é a figura responsável pelo estabelecimento do preço e pela determinação dos prazos e das referências das garantias para o consumidor. Frequentemente, é o fornecedor quem define as cláusulas dos contratos a serem firmados como forma de estabelecer a relação jurídica entre as partes.

O consumidor, por sua vez, é sempre intitulado a parte mais fraca nas relações de consumo. Dessa maneira, fica a cargo da legislação a promoção do equilíbrio entre ambos os lados, concedendo tutela e impondo os devidos direitos e deveres a cada parte da relação.

A defesa da livre concorrência é análoga à defesa da tutela dos direitos dos consumidores. Por este motivo, de início, o direito do consumidor consistia num aspecto do direito econômico. Logo depois, passou a configurar-se como disciplina autônoma facultativa nos currículos das faculdades de Direito, para na atualidade, em uma absoluta manifestação de sua importância, ser disciplina obrigatória no curso superior de Direito.

Nesta conjectura, é de se frisar o cunho dúplice de interesse pelo assunto por parte do aluno de Direito, o qual vai além da esfera profissional e se depara com a sua própria condição de consumidor, uma vez que, mesmo o mais pobre dos cidadãos brasileiros, consiste em um potencial consumidor de serviços e/ou bens (ROCHA, 2004).

Portanto, em que pese ser um tema que apresente sua essência científica, tem sua vertente voltada para a comunidade, que é, majoritariamente, consumidora e passa rotineiramente por situações onde a má-fé e a boa-fé estão bem presentes. É claro, assim, o interesse em discutir tal temática.

3 O PRINCÍPIO DA BOA-FÉ NAS RELAÇÕES CONSUMERISTAS

Em que pese o princípio da boa-fé seja analisado sob óticas subjetivas e objetivas e sua aplicação se dê em diferentes contextos, como nas relações contratuais, maritais e trabalhistas, este tópico irá tratar do referido princípio sob uma perspectiva consumeristas, buscando evidenciar sua evolução histórica e sua contextualização nas relações de consumo.

3.1 Evolução histórica do princípio da boa-fé

Historicamente, como contextualizam Souza e Velter (2021) o princípio da boa-fé pode e deve estar associado ao processo de institucionalização do Direito, como norma e garantia, haja vista que o regramento das condutas tem suas origens atreladas à evolução humana. É inconcebível, desse modo, esperar que expressões relativas à conduta tenham marcos históricos, datas de início ou fim

Desde o período da Roma Antiga, a questão da lealdade já mostrava seus reflexos no contexto social. Considerando que tal conjuntura histórica condizia com o nascimento da figura

do Direito, fazer valer as normativas de conduta e de estilos de vida era não só uma meta estabelecida, mas uma preocupação geral (SOUZA; VELTER, 2021).

Ainda de acordo com os citados autores, à época da Roma Antiga, existia um receio por parte dos contratantes em relação aos contratos que celebravam. Tal sentimento era oriundo do fato de que nem sempre as ações dos contratantes eram pautadas em sentimentos de moral, ética, probidade e outros relativos ao que hoje se denomina segurança jurídica (SOUZA; VELTER, 2021).

Até hoje existe, nos atos praticados por partes contratantes, significativa preocupação com o comportamento alheio, que pode condizer, na pior das hipóteses com a má-fé e consequente descumprimento do acordado. Surge, assim, a figura da boa-fé, pautada no desejo dos indivíduos celebrantes, que prezavam, e ainda prezam, pela boa vontade, boa conduta, moralidade, ética e idoneidade na parceria.

Contudo, de acordo com Souza e Velter (2021), foi o Código Civil francês, datado de 1840, que intitulou a boa-fé de forma normativa, positivando-a no que se denominou Código Napoleônico. A previsão, salientam os autores, “determinavam claramente que as contratações deviam ser celebradas de boa-fé, mas a inspiração ficava no campo do ideal, sem aplicabilidade prática e expressa” (SOUZA; VELTER, 2021, p. 2).

Ainda segundo os pesquisadores, posteriormente, a boa-fé objetiva foi citada no Código Alemão e na Convenção das Nações Unidas, por volta de 1980 em Viena. Até então, o Brasil não havia se manifestado a respeito de forma objetiva, pois o texto contido no Código Comercial de 1850 expressava a boa-fé na forma subjetiva, ou seja, era necessária a comprovação do erro ou ignorância para configuração. Em desfavor, o Código Civil de 1916 não considerou tal temática em seu texto (SOUZA; VELTER, 2021). Somente com o advento do Código Civil de 2002, o brasileiro passou a contar com a seguinte disposição: “Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé” (BRASIL, 2002).

Quanto ao fato de que a boa-fé impõe aos contratantes deveres jurídicos prestacionais relevantes para as partes, cite-se a singela crítica, a seguir, que desqualifica o preceito normativo por sua imprevisão acerca da necessidade da boa-fé nos períodos pré e pós contratual:

Esqueceu-se o legislador de incluir expressamente na fórmula do art. 422 os períodos pré e pós-contratual, dentro dos quais o princípio da boa-fé tem importância fundamental para a criação de deveres jurídicos para as partes, diante da inexistência nessas fases de prestação a ser cumprida. Essa omissão não implica negação da aplicação da regra da boa-fé para essas fases antecedentes e posteriores ao contrato, muito pelo contrário, já que cabe aqui

a interpretação extensiva da norma para abranger também as situações não expressamente referidas, mas contidas no seu espírito (PEREIRA, 2003, p. 20).

Mencione-se que o entendimento é específico e valoriza dois momentos que a legislação muito desvaloriza: o período pré-contratual e o período pós-contratual. Em que pese o Código de 2002 (BRASIL, 2002) não tenha se atentado para tais situações, o autor evidencia a importância de tal atualização e adequação legislativa que foque na introdução da boa-fé a partir do pré-contrato e até o pós-contrato, haja vista que atualmente várias são as reclamações acerca de situações que envolvem os dois momentos vivenciados por contratantes em relações consumeristas.

Em dissonância com o atraso civilista, a legislação consumerista buscou compreender e implementar a previsão do princípio da boa-fé nas relações que por ela se regiam e se regem:

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

[...]

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), **sempre com base na boa-fé** e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores **(grifo nosso)** (BRASIL, 1990).

A disposição sobre a imprescindibilidade de equilíbrio e de ações que não se efetivem em má-fé encontra ampliação no mesmo código normativo, em momento posterior:

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

[...]

IV - Estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade (BRASIL, 1990).

É incontestável que a boa-fé mostra-se como imprescindível ao relacionamento saudável entre as partes que estabelecem uma relação jurídica pautada no combate as obrigações de natureza abusiva, desproporcional ou desvantajosa.

Portanto, o princípio da boa-fé, que apresenta suas peculiaridades e pode ser analisado sob perspectivas diversas e aplicado a contextos infinitos, é de fundamental importância para

as relações estabelecidas entre as partes, independentemente do tipo de relação, inclusive a consumerista.

3.2 A boa-fé sob óticas subjetiva e objetiva

Haja vista que, como mencionado anteriormente, a boa-fé adquiriu interpretações e previsões sob perspectivas diferentes, hoje, no ordenamento jurídico brasileiro, existe uma classificação bastante conhecida e utilizada pelo operador do Direito, especialmente nas relações coletivas: a boa-fé objetiva e a boa-fé subjetiva.

De modo geral, a boa-fé é um dever, que é capaz de gerar o que podem ser designados deveres anexos, como bem cita e explica Aguiar Júnior (1995, p. 13):

Os deveres nascidos da boa-fé são chamados de secundários, ou anexos, em oposição aos provenientes da vontade contratada, que são os principais. Podem ser classificados, quanto ao momento de sua constituição, em deveres próprios da etapa de formação do contrato (de informação, de segredo, de custódia); deveres da etapa da celebração (equivalência das prestações, clareza, explicitação); deveres da etapa do cumprimento (dever de recíproca cooperação para garantir a realização dos fins do contrato; satisfação dos interesses do credor); deveres após a extinção do contrato (dever de reserva, dever de segredo, dever de garantia da fruição do resultado do contrato, culpa post pactum finitum).

Quanto à natureza, podem ser agrupados em: deveres de proteção (a evitar a inflicção de danos mútuos), deveres de esclarecimentos (obrigação de informar se e de prestar informações), e deveres de lealdade (a impor comportamentos tendentes à realização do objetivo do negócio, proibindo falsidades ou desequilíbrios).

Os deveres anexos são também denominados secundários e estão incluídos no âmbito da boa-fé como situações que visam a manutenção da relação consumerista, haja vista que tais relações devem ter como premissas a lealdade, a verdade. Nesse tom, valores como o da honestidade e da confiança pautam as relações de consumo, no sentido de fazer prevalecer a boa-fé.

“Os deveres de conduta impostos pela boa-fé - leia-se deveres anexos – devem figurar em todos os momentos da relação de consumo: antes, durante e até mesmo após o vínculo criado”, explica Caldeira (2004, p. 201). Completa citando o cuidado, a informação, a segurança e a cooperação como imprescindíveis às relações, especificamente pelo fato de serem deveres de conduta humana. Tal posicionamento ainda defende o equilíbrio como norma e impõe que as relações entre consumidor e fornecedor devem possuir equilíbrio que não esteja relacionado

ao caráter econômico de ambos, nem mesmo a vulnerabilidade, pois tais circunstâncias podem ser relativizadas caso a caso.

Em relação a essa teoria dos deveres anexos ao dever/princípio da boa-fé, Andrade (2017, p. 16) menciona que “no ordenamento brasileiro, são deveres gerais de conduta o de boa-fé, o de realização da função social das obrigações, o de equivalência material das prestações, o de equidade, o de informar e o de cooperar”.

Nessa mesma vertente, Melo (2015) destaca informação, cuidado, segurança e cooperação como os deveres relacionados ao princípio da boa-fé. A observância ao referido princípio, bem como o cumprimento a tais deveres, evita a arbitrariedade e o abuso de direito, ou seja, nos casos em que o consumidor age de má-fé, o princípio da boa-fé surge como instrumento de coibição desse tipo de prática.

Souza e Velter (2021, p. 3) citam que ao tempo em que a boa-fé subjetiva tem origens “desde o surgimento do direito, traduzindo-se numa presunção de inocência, de desconhecimento e de atitudes”, a boa-fé objetiva apresenta-se como “uma regra de conduta, de conteúdo ético e juridicamente exigida”. Os autores completam que a previsão do artigo 422 do Código Civil (BRASIL, 2002), anteriormente citada, explica justamente a boa-fé objetiva.

A boa-fé objetiva, então, que é o conceito que interessa ao foco desta pesquisa, pauta-se na busca pela segurança jurídica que deve existir em todos os momentos que norteiam as relações contratuais, inclusive as consumeristas. Tanto no momento pré-contratual, como no contrato em si e no pós-contratual, a boa-fé precisa existir, através de hábitos e normas de conduta que visem ações leais, éticas e moralmente admitidas.

Para Melo (2015, p. 214), “a boa-fé objetiva funciona como um standard, um dever de ambas as partes agirem com lealdade, honestidade, cooperando entre si para que a obrigação contratada seja cumprida da melhor maneira possível”. Funciona como grande influenciadora, no sentido de equilibrar, nas relações consumeristas.

De acordo com o que se tem conhecimento acerca da jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, a boa-fé objetiva é uma espécie de sinônimo de lealdade, perfazendo-se em modelo de conduta. É, pois, um arquétipo social que estabelece e vincula o indivíduo ao poder-dever de ajustar a própria conduta ao referido modelo, ou seja, frisa que o ser humano precisa agir de forma honesta, esmerada e leal.

Melo (2015, p. 214) afirma que o princípio da boa-fé objetiva age no intuito de “proporcionar um equilíbrio nas relações de consumo sempre pautado na honestidade e lealdade entre as partes”. Outra doutrina interessante acerca da boa-fé sob a ótica do Direito Civil

menção alguns pontos de vista peculiares sobre o tema e induz que a boa-fé é um princípio, um valor, uma norma, um imperativo de bondade e honestidade:

BOA-FÉ: 1. Direito Civil. a) estado de espírito em que uma pessoa, ao praticar ato comissivo, está convicta de que age de conformidade com a lei; b) convicção errônea da existência de um direito ou da validade de um ato ou negócio jurídico. Trata-se da ignorância desculpável de um vício do negócio ou da nulidade de um ato, o que vem atenuar o rigor da lei, acomodando-a à situação e fazendo com que se deem soluções diferentes conforme a pessoa esteja ou haja de boa ou má-fé, considerando a boa-fé do sujeito, acrescida de outros elementos, como produtora de efeitos jurídicos na seara das obrigações, das coisas, no direito de família e até mesmo no direito das sucessões; c) lealdade ou honestidade no comportamento, considerando-se os interesses alheios, em na celebração e execução dos negócios jurídicos; d) propósito de não prejudicar direitos alheios (DINIZ, 2011, p. 30).

A autora apresenta uma definição de essência ampla, que não delimita nem especifica as possíveis classificações da boa-fé contratual. A explicação apresentada dispõe que o princípio da boa-fé objetiva não se vincula, de forma restrita, à interpretação do negócio jurídico, pois a literalidade do termo não pode se sobrepor ao real sentido da expressão e dos reais motivos de sua inserção como imperativo.

É importante compreender que o imperativo advém da declaração de vontade das partes contratantes, bem como do interesse social relativo aos ditames de segurança jurídica das relações jurídicas. Desse modo, impõe-se a atuação com retidão, lealdade e probidade em todas as ações que culminem em negociações contratuais, especialmente naquelas que se façam em constituição, execução e extinção do ato negocial (DINIZ, 2011).

Nery Jr e Nery (2007) são de acordo com Maria Helena Diniz (2011) no que concerne a juridicidade da boa-fé como norma. Os mestres entendem, contudo, que, apesar de ser considerada uma norma jurídica, a boa-fé não pode ser listada como um modelo a ser seguido e nem como um modelo padrão, pois detém peculiaridades que não viabilizam sua inserção no rol de normas jurídicas tradicionais. Em outras palavras, o fato de ser uma norma flexível, que não tem poder imperativo positivado, impede que a boa-fé seja interpretada como uma norma jurídica comum.

Em relação ao fato de o princípio da boa-fé ser interpretado sob a ótica de uma normativa geral e ampla, Freitas e Penteado (2019) elencam que tal princípio não deve ser interpretado de forma literal, considerando que, embora o dispositivo preze pelo reconhecimento do consumidor como parte vulnerável na relação de consumo, pode ser ferido em certas situações práticas. Assim, o melhor a ser feito é a observação, pelo julgador, da vontade das partes e de suas ações no decorrer fático, no intuito, sempre, de evitar injustiças e abusos, especialmente

quando uma das partes excede os direitos que tem; como no caso da litigância de má-fé pelo consumidor considerado vulnerável.

Enfim, considerando a situação prática que regula a boa-fé, é válido e cabível entendê-la como uma norma que impõe que os atos processuais e contratuais devem ser praticados com base em tal princípio, que estabelece o imperativo de lealdade tão discutido por Souza e Velter (2021). Ocorre, contudo, que nem sempre essa é a realidade das lides, afinal, existem, nos litígios de natureza consumerista, por vezes, litigantes que não se utilizam da boa-fé, mas da má-fé para pleitear além dos direitos que lhe são atribuídos ou direitos que não lhes convém.

4 LITIGÂNCIA DE MÁ-FÉ DO CONSUMIDOR

Haja vista ter sido realizada a conceituação do instituto da boa-fé, tanto sob uma perspectiva ampla, geral, quanto sob uma perspectiva mais individualizada, é interessante que se evidencie, neste ponto, que a boa-fé objetiva é uma norma de conduta imposta a todos os litigantes processuais e em todas as fases da relação contratual. Então, depreende-se que quaisquer atos que não se mostrem correspondentes ao moralismo, a ética e a idoneidade, estão passíveis de analogia a má-fé.

A expressão derivada do baixo latim *malefícios* [que tem mau destino ou má sorte], empregada na terminologia jurídica para exprimir tudo que se faz com entendimento da maldade ou do Mali que nele se contém. A má-fé, pois, decorre do conhecimento do mal, que se encerra no ato executado, ou do vício contido na coisa, que se quer mostrar como perfeita, sabendo-se que não o é [...] A má-fé opõe-se à boa-fé, indicativa dos atos que se praticam sem maldade ou contravenção aos preceitos legais. Ao contrário, o que se faz contra a lei, sem justa causa, sem fundamento legal, com ciência disso, é feito de má-fé (SILVA, 1998, p. 354).

Tendo em vista que a boa-fé, como a própria citação observou, está em desacordo e em oposição a má-fé, é de se frisar que o legislador agiu, conforme citam Souza e Velter (2021, p. 5), e “tipificou os atos eivados de ilicitude e previu a responsabilização por sua prática, como a aplicação de multa e condenação em perdas e danos, configurando-se a chamada litigância de má fé”.

Desse modo, sob ponto de vista técnico, é possível afirmar que a má-fé envolve tudo que a boa-fé abomina. De outro modo, a má-fé admite os atos praticados em desacordo com a verdade, com a moralidade, com os bons costumes, com a honestidade. E quando isso ocorre

no âmbito do processo, surge a figura da litigância de má-fé, que conforme explicação a seguir, é vista como um delito, e surge:

[...] no corromper dos próprios fins do processo e representa a consciência de se degenerar os elementos de fato da relação substantiva (o que vulgarmente se chama de dolo material ou substancial) ou o degenerado uso dos meios processuais (dolo instrumental), tudo com o fim de o juiz compor defeituosamente o conflito de interesses (CASTRO FILHO, 1960, p. 189).

Em consonância, a legislação é clara e precisa, especialmente o que consta nos incisos I a VII, do artigo 80 do Código de Processo Civil:

Art. 80. Considera-se litigante de má-fé aquele que:
I - deduzir pretensão ou defesa contra texto expresso de lei ou fato incontroverso;
II - alterar a verdade dos fatos;
III - usar do processo para conseguir objetivo ilegal;
IV - opuser resistência injustificada ao andamento do processo;
V - proceder de modo temerário em qualquer incidente ou ato do processo;
VI - provocar incidente manifestamente infundado;
VII - interpor recurso com intuito manifestamente protelatório (BRASIL, 2015).

Parece uma lista taxativa, mas não é. E a prova disso é o exemplo do artigo 142 do referido Código, que também cita uma previsão da litigância de má-fé. O texto dispõe: “Convencendo-se, pelas circunstâncias, de que autor e réu se serviram do processo para praticar ato simulado ou conseguir fim vedado por lei, o juiz proferirá decisão que impeça os objetivos das partes, aplicando, de ofício, as penalidades da litigância de má-fé” (BRASIL, 2015).

Conclui-se que a litigância de má-fé versa, então, sobre ações, no âmbito do decurso processual, que consistem em desacordo com a boa-fé, ou seja, é a imoralidade de atos, a inobservância ao padrão de moral imposto e esperado, é a deslealdade, o desrespeito, invalidando o litígio como uma lide justa.

Atrelando essas explicações aos casos em que o consumidor é o litigante de má-fé, frise-se o artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor como importante para a temática, pois elenca, em seu texto normativo, um rol de princípio que objetivam o atendimento das necessidades dos consumidores (BRASIL, 1990).

É importante citar que, embora o Direito não apresente taxativamente e explicitamente o que impõe, muitas regras estão apresentadas de forma implícita no ordenamento jurídico. o princípio da boa-fé, por exemplo, encontra respaldo na norma citada no parágrafo anterior, que

fala justamente sobre respeito, transparência, harmonia e outras vertentes que devem nortear as relações de consumo.

Todavia, é preciso, primeiramente, destacar o que dispõe a doutrina acerca da tese que defende a vulnerabilidade do consumidor, no contexto das relações de consumo – inferindo-se que tal figura não pode corroborar com a litigância de má-fé, haja vista sua condição de fragilidade:

Na verdade, isso ocorreu em conformidade com a Resolução da ONU 39/248 de 1985, que estabeleceu em seu art. 1º que o consumidor é a parte mais fraca, denotando, então, tal reconhecimento em âmbito mundial. A explicação para tanto se verifica no fato de que o consumidor é aquele que acaba por submeter-se ao poder de controle dos titulares dos bens de produção, ou seja, dos empresários, pois não tem, aquele, os conhecimentos técnicos necessários a elucidar quaisquer questões que envolvam o produto adquirido ou o serviço prestado, sejam elas referentes à produção, vícios, oferta, modo de execução do serviço etc., tendo em vista a especificidade que lhes é inerente. O que se objetivou com o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor foi, antes de qualquer coisa, a facilitação de sua defesa (GUGLINSKI, 2004).

O disposto no inciso I do artigo 4º do CDC, que traz o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” como princípio normativo é um imperativo no contexto jurídico e nas relações de consumo, inviabilizando que o consumidor seja reconhecido sob outro ponto de vista, senão o que o tem como vulnerável (BRASIL, 1990).

“O Poder Judiciário, destarte, deve observar toda a legislação e ainda, o conjunto principiológico no julgamento de ações que envolvam as relações de consumo”, elencam Souza e Velter (2021, p. 7), que entendem ser necessária a adequação jurídica que corresponde ao reconhecimento do consumidor como tudo que ele é e não apenas como tudo que ele deveria ser. É certo que, em tese, é sempre a parte vulnerável (ou deveria ser); a prática, contudo, mostra que nem sempre ele é o frágil da relação consumerista.

Nessa relação em que o consumidor é o fragilizado, o fornecedor de produtos ou serviços é o sujeito mau. Enquanto toda a proteção jurídica recai sobre o coitado consumidor, existe uma legislação que não dispõe um ponto sequer a favor do reconhecimento da possibilidade de o fornecedor figurar como vulnerável, analisando-se caso a caso. O mais triste é constatar que “o fornecedor, por sua vez, além de todo um sistema que não o protege, ainda deve agir com lealdade e lisura, e respeito à boa fé” (SOUZA; VELTER, 2021, p. 7-8).

Nesse sentido, outro ponto interessante condiz com a incrível facilidade adquirida pelo consumidor de ter acesso aos recursos processuais como solução para os conflitos que, muitas vezes, são gerados por má-fé do próprio consumidor. É tão nítida a má intenção, que os próprios

juristas já discutem a observância a fatos rotineiros: o consumidor utiliza os bônus legislativos, como a inversão do ônus probatório e sua condição de fragilidade, inclusive abarcando a hipossuficiência, no intuito de se fazer valer da vantagem pecuniária, conforme explicam Souza e Velter (2021).

Acerca desse comportamento inadmissível do consumidor, segue o comentário mais que brilhante e completo:

Na área do direito material, viu-se com espanto o exagero de se prenderem pequenos lojistas imprudentes e desinformados, por não venderem seus produtos de forma especificada e detalhada, como exige a Lei 8.078/90, dando-lhe elastério impróprio e leviano, pois não se pode, sob o manto de proteger o consumidor, partir-se para a barbárie e para uma “caça às bruxas”. Não se deve, outrossim, entender o consumidor como sempre indefeso, ingênuo e coberto de razão (HOFFMAN, 2008).

Para demonstrar como o consumidor nem sempre age de boa-fé, aparentando ser indefeso e inocente, o exemplo abaixo mostra que a má-fé está mais presente do que deveria nas relações de consumo mais comuns do cotidiano:

Inúmeros são os exemplos de ações, nada indefesas, movidas por consumidores que, se valendo de interpretação deturpada, tendenciosa, oprimem fornecedores a disponibilizar produtos a preços irrisórios. Em Suzano, interior do Estado de São Paulo, uma faixa promocional afixada na entrada da agência de veículos, com os dizeres: “Deu a louca no gerente. Veículos a preço de banana”, motivou um consumidor a exigir que o veículo lhe fosse vendido pelo valor de um centavo. A questão tornou-se ação judicial, na qual o Juiz condenou o consumidor por litigância de má-fé. O Juiz alegou em sua decisão que “qualquer pessoa dotada de médio discernimento poderia chegar à compreensão inarredável de que a propaganda era simbólica (MUNIZ, 2015).

É possível compreender, a partir desse exemplo, a imprescindível necessidade da atualização legislativa acerca do posicionamento do consumidor aos olhos da lei. Tal adequação, além de contribuir com a prevenção a práticas atentatórias ao bom Direito, foca na sua aplicação de maneira justa, pois impede que os princípios norteadores das normas sejam respeitados, evitando sua utilização como instrumento fundamental ao alcance de vantagens indevidas.

É certo que na maioria dos contextos, provavelmente, o consumidor seja o sujeito prejudicado e realmente vulnerável na relação de consumo. Contudo, essa realidade não é a regra, considerando-se os casos de litigância de má-fé, como o caso do exemplo citado acima. Então, para aplicar o direito de maneira justa, é preciso que a legislação sofra uma atualização

e adequação aos novos modelos de práticas, que têm sido, em algumas situações, a exceção à teórica regra. De outro modo, os Códigos precisam se adaptar ao fato de que princípios são usados pelo consumidor como forma de obter vantagem indevida.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em que pese a boa-fé seja presumida pelo ordenamento jurídico brasileiro como a predominante no consumidor que atua em lide, atualmente, a questão da má-fé, por parte do referido sujeito considerado vulnerável, tem sido mais frequente nas relações de consumo, o que tem culminado em reiterados desequilíbrios processuais, afetando princípios como os da boa-fé objetiva, da isonomia e da primazia da realidade dos fatos.

A pesquisa, que buscou entender por que os casos de prática de má-fé dentro do processo apresentam um aumento, gerando um desequilíbrio processual, identificou que há frequência pelo fato de que a legislação ainda é branda no que se refere às sanções impostas aos que litigam de má-fé e pelo fato de que ao longo dos últimos anos o acesso ao Poder Judiciário foi facilitado, viabilizando ao brasileiro “pleitear seus direitos” sem tanta burocracia e sem receios – mesmo em situações de litigância de má-fé.

Tendo em vista a análise às condutas descritas no artigo 80 do CPC e a condenação imposta pelo artigo 81 do referido Código, é evidente que a principal falha está na legislação, que estabelece punições desproporcionais à ofensa. É triste ver que a lei impõe, por exemplo, uma multa de 2% do valor da causa a quem usa do processo, da lide, para conseguir objetivo ilegal; ou seja, o consumidor, pautado de más intenções, ingressa judicialmente para pleitear direitos além dos que lhe são devidos ou direitos que sequer lhe são devidos, na prática.

Ao analisar o instituto da litigância de má-fé utilizada pelo consumidor no ajuizamento de ações é possível compreender como a boa-fé tem perdido espaço para a impiedosa maldade humana e para o interesse individual e vil. Ao entender a participação de cada um dos sujeitos que compõem a relação de consumo, é visível a existência de outra falha expressiva na legislação: fixar o consumidor como a parte vulnerável é uma ideologia ultrapassada, haja vista que atualmente os casos de litigância de má-fé nas lides consumeristas têm aumentado notoriamente.

Discorrer sobre esse tema tem sua relevância para a comunidade social, acadêmica e profissional, pois versa sobre direitos e envolvem demandas relacionadas às relações de consumo, tão frequentes no cotidiano do brasileiro, e que são costumeiramente acometidas por

violações aos princípios básicos que as norteiam, como os princípios da boa-fé objetiva, da isonomia e da primazia da realidade.

Fica então cristalizado que o consumidor indo contra as normas de conduta impostas pelo princípio da boa-fé, usa-se do direito de Ação como meio de obter vantagem indevida e merece ser punido conforme atuação do juiz, que deve aplicar as sanções preconizadas no artigo 80 do Código de Processo Civil, que preveem de forma exemplificativa, condutas tidas como litigância de má-fé. Assim, além de prevenir comportamentos não leais, as sanções impostas aos litigantes de má-fé podem contribuir para impedir o ajuizamento de ações temerárias, com objetivos não lícitos, reduzindo a quantidade de ações.

Por fim, considerando a importância da temática para todos os contextos acima mencionados, fica a sugestão de pesquisas que englobem tanto a mesma linha de raciocínio quanto outras que abordem a parte mais voltada para a jurisprudência, que foquem na identificação, por exemplo, do posicionamento do Poder Judiciário acerca da litigância de má-fé nas lides que versam sobre relações de consumo. Assim, provavelmente, se tenha um ponto de vista mais abrangente sobre a identificação da forte presença da má-fé naquela que seria a parte vulnerável no relacionamento consumerista.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR JÚNIOR, Ruy Rosado de. A Boa-fé na relação de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 14, abr./jun. 1995, p. 20-27. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/79058348.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2022.
- ALICERAL, Denise Ribeiro. **O direito de arrependimento no CDC**: a vulnerabilidade do consumidor e a necessidade de ampliação da abrangência do artigo 49. 2014. 66f. Monografia (Bacharelado em Direito) – UniCEUB, Brasília/DF, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/5519/1/20808950.pdf>>. Acesso em: 31 out. 2022.
- ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- ANDRADE, Adriano; MASSON, Cleber; ANDRADE, Landolfo. **Interesses difusos e coletivos esquematizado**. 3. ed. São Paulo: Método, 2013.
- ANDRADE, Gustavo Henrique Baptista. A boa-fé nas relações de consumo: informação e defesa do contratante vulnerável nas situações de superendividamento. **Revista OAB/RJ**, Rio de Janeiro, 2017, p. 297-322. Disponível em: <<https://revistaelectronica.oabRJ.org.br/wp-content/uploads/2018/05/A-boa-fe%CC%81-nas-relac%CC%A7o%CC%83es-de-consumo-Gustavo-Andrade.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2022.
- BARCELLOS, Daniela Silva Fontoura de. **Responsabilidade Civil e Direito do Consumidor**. 2.ed. v. 2. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2008. Disponível em:

<<https://www.passeidireto.com/arquivo/3526711/daniela-silva-fontoura-debarcellos-responsabilidade-civil-e-direito-do-consumid>>. Acesso em: 31 out. 2022.

BECHARA, Fábio Ramazzini. **Interesses difusos e coletivos**. vol. 31. 4.ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. O conceito jurídico de consumidor. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, v. 77, n. 628, fev. de 1988, p. 69-79.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Lei nº 10.406**, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2002. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406compilada.htm>. Acesso em: 31 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm>. Acesso em: 31 out. 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.105**, de 16 de março de 2015. Código de Processo Civil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2015. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm>. Acesso em: 31 out 2022.

CALDEIRA, Mirella D.'Angelo. A boa-fé objetiva como princípio norteador das relações de consumo. **Revista da Faculdade de Direito**, São Paulo, n. 2, 2004, p. 193-217.

CASTRO FILHO, José Olímpio de. **Abuso do direito no processo civil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1960.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil brasileiro: responsabilidade civil**. São Paulo: Saraiva, 2011.

FREITAS, Vanderlane Margarete; PENTEADO, Fernanda Camargo. **Princípio da boa-fé nas relações de consumo**. Disponível em: <<https://www.fdsu.edu.br/arquivos/iniciacao-cientifica/anais-2019/resumo/26.pdf>>. Acesso em: 04 nov. 2022.

GUGLINSKI, Vitor. O princípio da boa-fé como ponto de equilíbrio nas relações de consumo. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, a. 9, n. 210, fev. 2004. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/4706>>. Acesso em: 31 out. 2022.

HOFFMAN, Paulo. **Inversão do Ônus da Prova Prevista no Código de Defesa do Consumidor**—Critério de Julgamento (Sob a Ótica do Juiz) e Critério de Procedimento (Para o Fornecedor): Aspectos Processuais do Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **Direito civil: Contratos**. São Paulo: Saraiva, 2011.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 5 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MELO, Nehemias Domingos de. **Dano Moral nas Relações de Consumo**: doutrina e jurisprudência. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

MELO, Leonardo Albuquerque. A importância da boa-fé nas relações de consumo. **FIDES**, Natal, v. 6, n. 1, jan./jun. de 2015, p. 208-216. Disponível em: <<http://revistafides.ufrn.br/index.php/br/article/view/215/222>>. Acesso em: 04 nov. 2022.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: Editora RT, 2016.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MUNIZ, Charles Martins. Abuso do direito pelo consumidor. **Conteúdo Jurídico**, Brasília, 2015. Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/?artigos&ver=2.52754&seo=1>>. Acesso em: 31 out. 2022.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria Andrade. **Código Civil Comentado**. 3ª Ed. São Paulo-SP: Revista dos Tribunais, 2007.

PEREIRA, Caio Mário da Silva. **Instituições de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

ROCHA, Amélia Soares da. A mediação e o Direito do Consumidor. **Jus Navigandi**, Teresina, a. 8, n. 242, 2004. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=4852>>. Acesso em: 31 out. 2022.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário Jurídico**. Atualizadores Nagib Slaibi Filho e Geraldo Magela Alves. 15ª ed., Rio de Janeiro: Forense, 1998.

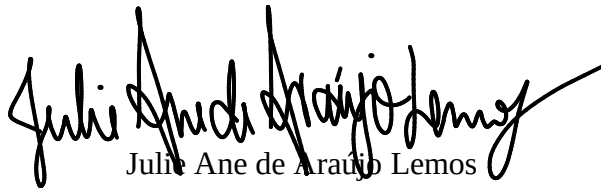
SOUZA, Daiana Levi Altenhofen de; VELTER, Stela Cunha. **A litigância de má fé no código de defesa do consumidor**. 2021. Disponível em: <<http://repositoriodigital.univag.com.br/index.php/rep/article/view/1102>>. Acesso em: 31 out 2022.

TARTUCE, Flávio. **Direito Civil**: direito das obrigações e responsabilidade civil. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

DECLARAÇÃO DE REVISÃO ORTOGRÁFICA

Eu, Julie Ane de Araújo Lemos, graduada em Pedagogia pela Universidade Federal do Piauí e pós-graduanda em Revisão Textual pela Faculdade Unyleya, declaro para o Centro Universitário UNINOVAFAPI que revisei o Trabalho de Conclusão de Curso de Bacharelado em Direito intitulado **Má-fé do consumidor na perspectiva do empresário**, dos alunos Ana Carolina De Sousa, Antônio Carlos Pereira Chaves Junior, Jessyca Maria Medeiros Da Silva. Declaro ainda que o presente trabalho encontra-se de acordo com as normas ortográficas e gramaticais vigentes.

Teresina, 19 de novembro de 2022.



Julie Ane de Araújo Lemos

CPF: 175.250.997-82