

# Os desafios da efetivação do direito do consumidor no mundo contemporâneo

## Conferência Estadual de Proteção, Orientação, Defesa e Educação do Consumidor – PROCON/MS

Amélia Soares da Rocha

Diretora da ESDP/CE • Presidenta do BRASILCON • Defensora Pública de Segundo Grau do Estado do Ceará (atuação da 5ª Câmara de Direito Privado)

Instagram @ameliasdarocha

# Sumário

Estado da arte

Desafios

Perspectivas

**ESTADO DA ARTE**

# **O Direito do Consumidor como projeto constitucional de 1988**

# O Direito do Consumidor como direito constitucionalmente determinado

Passados 37 anos da Constituição e quase 35 anos do Código de Defesa do Consumidor, ainda precisamos lembrar que não é coincidência a centralidade da defesa da **pessoa consumidora** no texto constitucional.



Essa presença não é casual: é a prova de que a defesa do consumidor é uma questão de soberania nacional, com efeitos processuais diretos e impactos na vida cotidiana dos brasileiros.

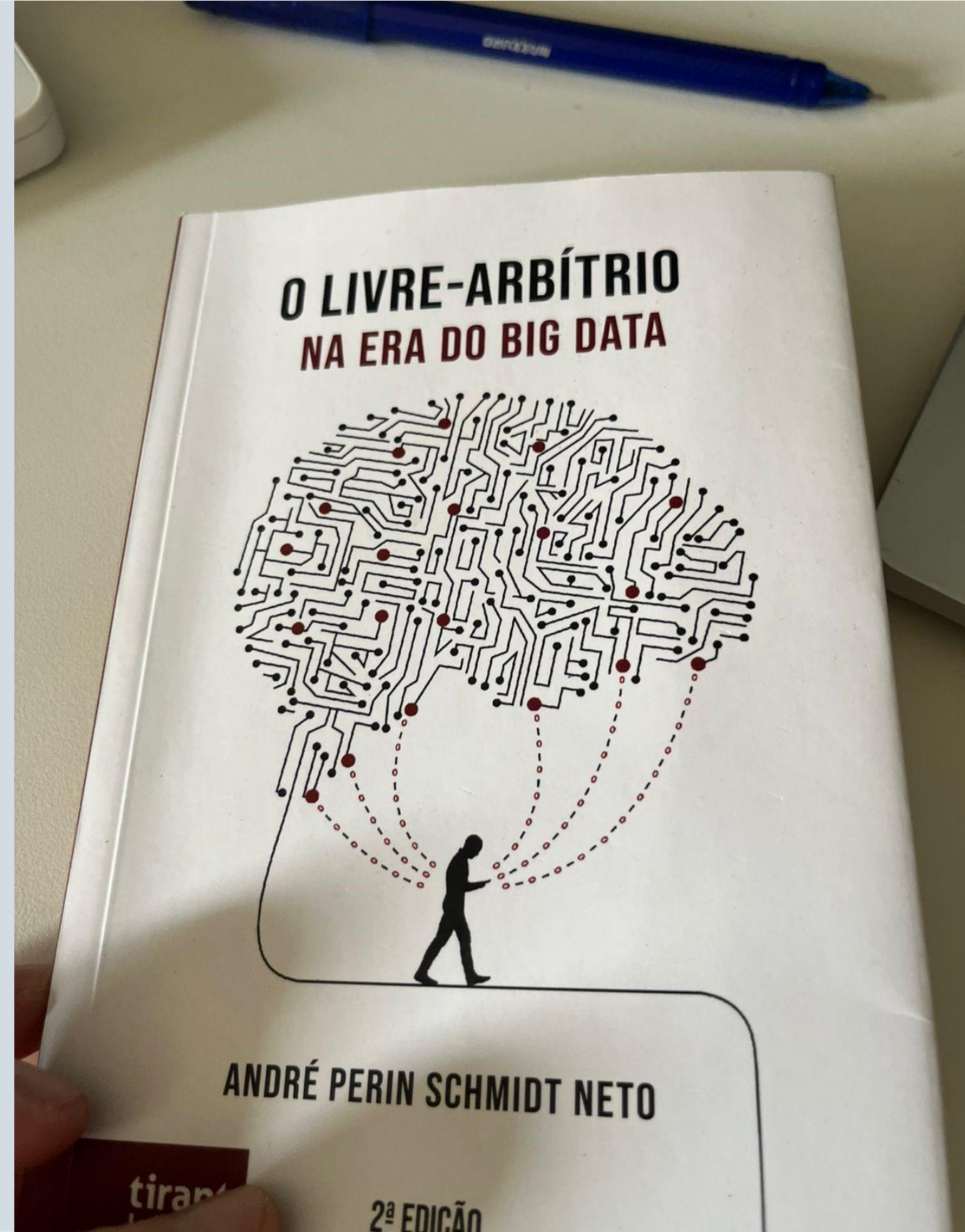
**A CENTRALIDADE NA CONSTITUIÇÃO**

**O CDC não nasce por acaso:  
FAZ PARTE DE UM  
PROJETO DE PAÍS!**

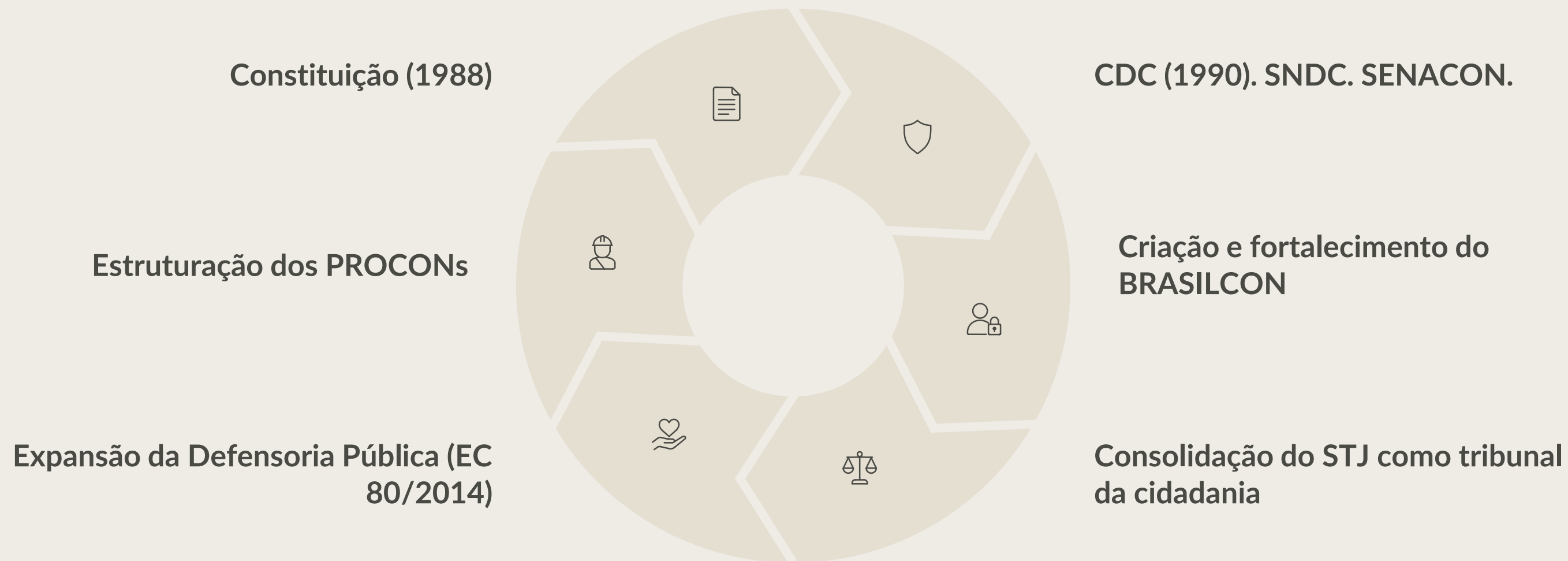
# VULNERABILIDADE, ainda incompreendida: CONTRATO ENTRE DESIGUAIS

O big data cria um perfil com base nas características personalizadas, elabora avatares que incluem dados psicológicos e emocionais, até mesmo do inconsciente apreendidos por algoritmos. Seus medos e desejos mais íntimos podem ser desvendados pelos sites que visitou, filmes que viu, palavras que buscou, reações que teve, todo seu comportamento na rede, atos que o próprio usuário não se recorda, emoções que teve sem memorizar, mas que serão gravados em seu histórico na internet como base de dados. É livre ou provocada uma escolha baseada em uma sugestão deste sistema? ”  
(PERIN SCHMIDT NETO, 2021 ).

No mercado de consumo, há condição equivalente entre os contratantes? Há autonomia da vontade? Há liberdade de escolha? Há “**capacidade de resistir**” às influências do meio?



# QUASE QUATRO DECADAS



**Mensagem:** É um sistema que cresce junto para proteger o mesmo sujeito: a pessoa consumidora.

PARTE II

# DESAFIOS PRINCIPAIS



## **DESAFIO 1**

# **COMPREENDER O VERDADEIRO CONTRATO DE CONSUMO**

**Contrato de consumo, contrato civil e contrato empresarial: por que isso muda tudo?**

**Mensagem:** São três realidades diferentes que exigem três modelos interpretativos distintos.

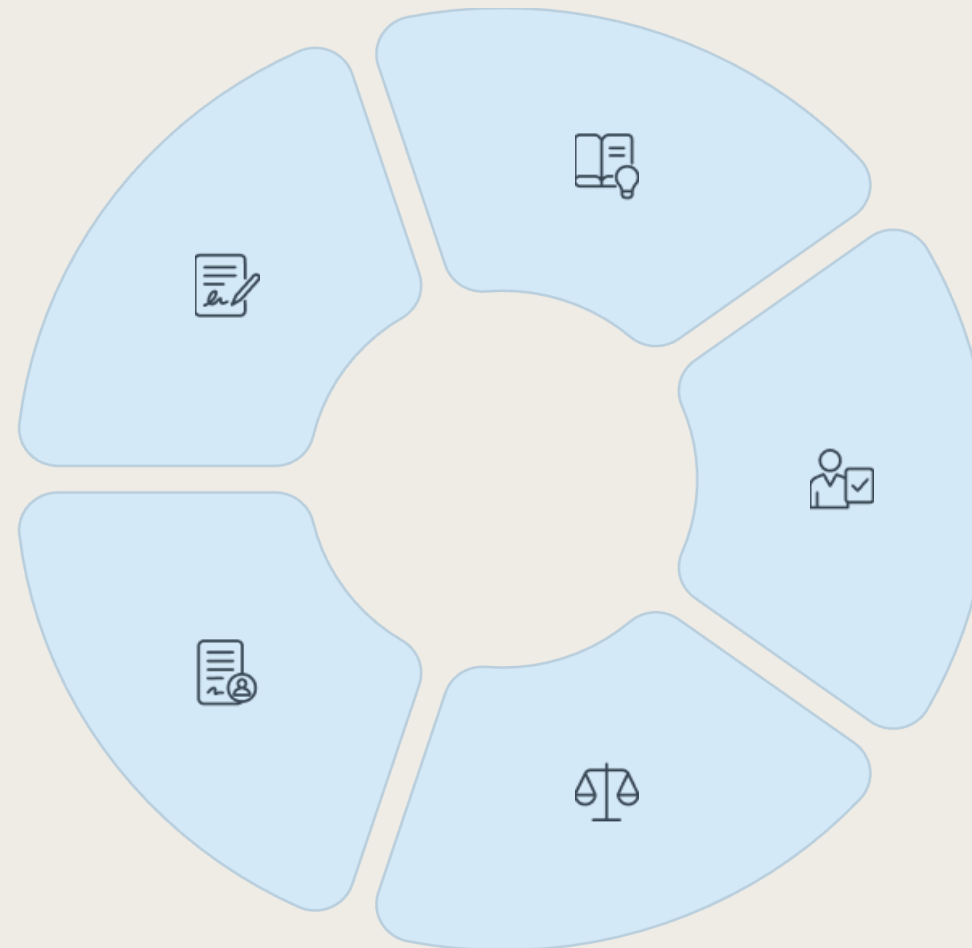
# O "Quinteto Fantástico" do CDC

## Art. 30

Toda informação ou publicidade suficientemente precisa vincula o fornecedor e integra o contrato.

## Art. 48

Declarações de vontade em escritos particulares vinculam o fornecedor, ensejando execução específica.



## Art. 31

A oferta deve assegurar informações corretas, claras, precisas e ostensivas sobre o produto ou serviço.

## Art. 46

Contratos não obrigam consumidores se não lhes for dada oportunidade de conhecer previamente seu conteúdo.

## Art. 47

Cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Estes artigos formam uma estratégia clara de incentivo à produção de informação útil à formação da vontade do consumidor

## CÓDIGO CIVIL

LIVRO III  
DOS FATOS JURÍDICOS  
TÍTULO I  
DO NEGÓCIO JURÍDICO  
CAPÍTULO I  
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 104. A validade do negócio jurídico requer:  
I - agente capaz;  
II - objeto lícito, possível, determinado ou determinável;  
**III - forma prescrita ou não defesa em lei.**

Art. 107. A validade da declaração de vontade não dependerá de forma especial, **senão quando a lei expressamente a exigir.**

## CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

CAPÍTULO VI  
Da Proteção Contratual  
**SEÇÃO I**  
**Disposições Gerais**

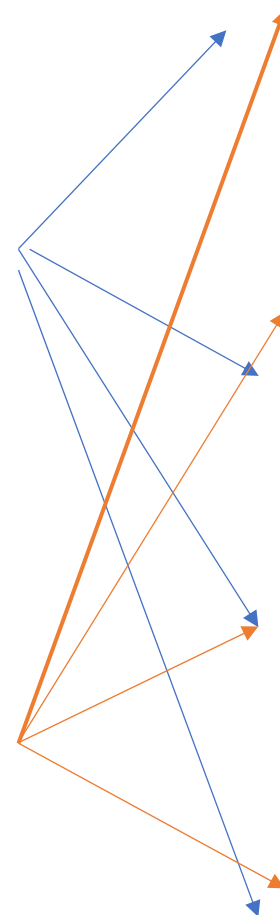
Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo **não obrigarão os consumidores**, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Art. 48. As **declarações de vontade** constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de **consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica**, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e **integra o contrato que vier a ser celebrado.**

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha: (...) III - **rescindir o contrato**, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos



# Contrato de consumo, contrato civil e contrato empresarial

Por que isso muda tudo? São três realidades diferentes que exigem três modelos interpretativos distintos.

## O CONTRATO DE CONSUMO

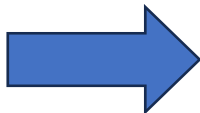
“A validade do contrato de consumo, portanto, depende dessa informação útil, concreta, verdadeira e anterior ao contrato, hábil a neutralizar a vulnerabilidade — especialmente a informacional — do consumidor. Informação tardia no contrato de consumo é informação incapaz de produzir obrigações válidas ao consumidor, em prejuízo do próprio fornecedor. Tem-se que conhecer os ônus e os bônus do que está sendo contratado antes de decidir contratar: omitir ou maquiar informação pode custar muito caro ao fornecedor. O CDC é, pois, articulado para suprir a multidimensional vulnerabilidade do consumidor, a equilibrar as forças contratuais ao lhe dotar de ferramentas, conforme a ocorrência das circunstâncias.”

Amélia Rocha, 2021



# Para além das assinaturas, a clareza semântica nos contratos de consumo é **“formaprescrita em lei”**

Assinaturas, sejam físicas ou eletrônicas, por si só, não garantem a validade e a eficácia do contrato de consumo



A simples coleta de assinaturas ou outros elementos formais de consentimento não assegura que o consumidor compreendeu o objeto contratual, suas condições e, principalmente, as consequências futuras de sua contratação.

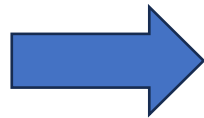


Na lição de Bruno Miragem (2018, p. 329), "o consentimento informado ou vontade qualificada só se manifesta quando o consumidor tem pleno acesso e compreensão das informações relevantes para sua tomada de decisão."

**Não se pode, portanto, considerar válido e eficaz um contrato de consumo apenas por estar "assinado", pois só se pode aferir a manifestação de vontade em contratos de consumo, com especial atenção à clareza semântica das informações prestadas.**

# Para além das assinaturas, a clareza semântica nos contratos de consumo é **“a forma prescrita em lei”**

Assinaturas, sejam físicas ou eletrônicas, por si só, não garantem a validade e a eficácia do contrato de consumo



A simples coleta de assinaturas ou outros elementos formais de consentimento não assegura que o consumidor compreendeu o objeto contratual, suas condições e, principalmente, as consequências futuras de sua contratação.



Na lição de Bruno Miragem (2018, p. 329), "o consentimento informado ou vontade qualificada só se manifesta quando o consumidor tem pleno acesso e compreensão das informações relevantes para sua tomada de decisão."

**Não se pode, portanto, considerar válido e eficaz um contrato de consumo apenas por estar "assinado", pois só se pode aferir a manifestação de vontade em contratos de consumo, com especial atenção à clareza semântica das informações prestadas.**

# A natureza do contrato de consumo

O contrato de consumo não é apenas um contrato com regras especiais. É um contrato que nasce de uma relação estruturalmente desigual.

## Padrão Mínimo de Qualidade do Consentimento (REsp 1.837.434/SP)

### Consentimento Qualificado

Este "padrão mínimo de qualidade do consentimento" impede, em outros casos, que uma simples foto, uma *selfie* (que uma pessoa leiga inclusive não pode presumir ser uma "assinatura", como concordância), possa considerar válido um contrato, no qual a pessoa consumidora não conhecia previamente seus ônus e bônus.

1

#### Informação Clara

Não basta informar, é preciso que a informação seja compreensível

2

#### Compreensão Efetiva

O consumidor deve entender o significado, compreender as consequências do contrato

3

#### Consentimento Válido

Só há manifestação de vontade legítima quando há compreensão do objeto contratual: **nao se valida, não se torna eficaz pela existência de assinatura.**

“(...) Essas regras visam assegurar e proteger um padrão mínimo de qualidade do consentimento do consumidor no momento da celebração do contrato. Logo, o desrespeito ou embaraço desta qualidade de consentimento implica espécie de abusividade formal, a ser reprimida igualmente com a nulidade a teor do que preconiza o art. 51, do CDC.”

# Importância da clareza semântica e construção de entendimento do STJ

O Superior Tribunal de Justiça tem construído, ao longo das últimas décadas, **uma sólida jurisprudência em favor da exigência de clareza semântica nas relações contratuais de consumo**. Esta construção pode ser observada através da análise de precedentes emblemáticos que progressivamente consolidaram este entendimento:

**REsp 814.060/RJ (2010)**

**Ministro Luís Felipe Salomão**

1

Estabeleceu que cláusulas limitativas devem apresentar não apenas "clareza física", mas também "clareza semântica"

2

**REsp 1.121.275/SP (2012)**

**Ministra NancyAndrigui**

"O direito à informação visa a assegurar ao consumidor uma escolha consciente, "consentimento informado"

**REsp1.837.434SP (2019)**

**Ministra NancyAndrigui**

3

Consolidou o entendimento sobre o "padrão mínimo de qualidade do consentimento"

"o direito à informação visa a assegurar ao consumidor uma escolha consciente, permitindo que suas expectativas em relação ao produto ou serviço sejam de fato atingidas, manifestando o que vem sendo denominado de consentimento informado ou vontade qualificada "



# O risco da confusão interpretativa

Quando se aplica lógica civilista ou empresarial ao contrato de consumo, **esvazia-se a proteção constitucional**.

Não se trata de privilégio, mas de equalização de uma desigualdade real.

PARTE III

# DESAFIO 2: POLÍTICA DE PRECEDENTES E SEUS RISCOS

A política de precedentes no mundo contemporâneo

# O SISTEMA DE PRECEDENTES

O Código de Processo Civil de 2015 instituiu um sistema de precedentes vinculantes no Brasil, com o objetivo de garantir segurança jurídica e isonomia.

Mas há riscos:

## Generalização excessiva

Precedentes construídos em casos específicos podem ser aplicados de forma ampla demais, ignorando particularidades.

## Descolamento da realidade

Quando o precedente não reflete a complexidade das relações de consumo contemporâneas.

## Engessamento da proteção

Precedentes podem cristalizar interpretações que favorecem fornecedores em detrimento dos consumidores.

# LITIGÂNCIA DE MASSA x LITIGÂNCIA ABUSIVA

## Litigância de massa

É legítima quando decorre de práticas abusivas reiteradas por fornecedores.

Exemplo: milhares de ações sobre cobranças indevidas de tarifas bancárias.

**Não é o consumidor que litiga abusivamente. É o fornecedor que pratica abusivamente.**

**Mensagem:** Isso atinge diretamente PROCONs, DP's e toda a tutela coletiva.

## Litigância abusiva

Ocorre quando há má-fé, simulação ou uso inadequado do Judiciário.

Mas **não se pode confundir** a repetição de demandas legítimas com abuso.

A reincidência de ações pode ser sintoma de violação sistemática de direitos.

# ASSIMETRIA FRÁGIL NA CONSTRUÇÃO DOS PRECEDENTES

Precedentes são construídos em processos judiciais. Mas quem participa efetivamente da sua formação?

01

---

**Grandes fornecedores têm estrutura jurídica robusta**

Participam ativamente de recursos repetitivos, IACs, amicus curiae. Promovem estudos, pesquisas, seminários.

02

---

**Consumidores individuais raramente participam e o SNDC ainda não está devidamente estruturado**

Não têm recursos para acompanhar processos em tribunais superiores.

03

---

**Resultado: precedentes construídos sem a voz do consumidor**

A tese jurídica perde aderência à realidade concreta.

**Mensagem:** Sem participação qualificada, o precedente perde aderência ao mundo real.

# DESAFIO 3: O PAPEL DOS PROCONs NA NOVA REALIDADE

## Ideia central:

Se a política de precedentes depende de realidade concreta, então **o PROCON é produtor de realidade concreta.**



### Dados de atendimento

Registros quantitativos e qualitativos das demandas recebidas.



### Monitoramento de práticas

Acompanhamento sistemático de condutas de fornecedores.



### Dossiês temáticos

Compilação de casos sobre temas específicos.



### Relatórios de reincidência

Identificação de práticas abusivas repetidas.

**Mensagem:** Quem tem dados, participa da construção da tese jurídica.

- Pode se habilitar como amicus curiae.
- Pode apresentar evidências empíricas que os tribunais não possuem.

A efetivação do direito do consumidor enfrenta, no mínimo, três grandes desafios transversais:

1. Reconhecer que o CDC é um projeto constitucional.
2. Garantir que a política de precedentes não desidrate a proteção.
3. Afirmar PROCONs também como produtores de realidade e de dados.

“(…) pensar de forma crítica exige humildade. (...) estar ‘sempre certo’ virou virtude, quando, na verdade, muitas vezes é sinal de preguiça intelectual. O verdadeiro aprendizado acontece quando somos capazes de reconhecer que estávamos errados, ou quando reconhecemos que, diante de um novo contexto, nossas crenças e convicções anteriores perderam validade ou precisam ser ajustados. **Em tempos de certezas absolutas e algoritmos que reforçam nossas bolhas**, valorizam opiniões simplistas e punem aqueles que demonstram incerteza e ambiguidade, a coragem de questionar os consensos nas próprias bolhas é mais importante do que nunca” (sem destaque no original)

Oliver Stuenkel

Neste contexto, devemos seguir a ordem de Cora Coralina e procurarmos **“semear otimismo e plantar sementes de paz e justiça. Dizer o que pensamos, com esperança. (...) Fazer o que devemos fazer, com amor. (...) Mesmo quando tudo parece desabar, cabe a nós decidirmos entre rirmos ou chorarmos, irmos ou ficarmos, desistirmos ou lutarmos; porque, no caminho incerto da vida, o mais importante é o decidir.”**e como nos ensina Ângela Davis, temos que decidir **“agir como se fosse possível transformar radicalmente o mundo; e temos que fazer isso o tempo todo”**.