

CLÁUSULAS ABUSIVAS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Dandara Arantes Oliveira¹
Andréa Queiroz Fabri²

RESUMO

O trabalho que se apresenta tem por objetivo analisar a extensão do direito à informação da coletividade consumidora, tão caro para os direitos dessa parte que é considerada vulnerável pelo Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Esse direito acaba por repercutir nos contratos assinados pelos consumidores em suas relações com os fornecedores, que, não raro, são alvos de abusos de toda sorte, gerando, por isso, a idéia de serem termos de adesão e, por tal fato, nulas as eventuais cláusulas que, de alguma forma, retiram a possibilidade de o consumidor exercer seus direitos ou, ainda, que tornam assaz desigual a posição entre fornecedores e consumidores, mesmo porque um dos princípios norteadores das relações consumeristas é o da boa fé objetiva do consumidor.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Cláusulas Abusivas. Relação de Consumo. Direito a informação. Código de Defesa do Consumidor.

INTRODUÇÃO

O tema que ora se apresenta tem como finalidade reconhecer nos contratos de adesão situações que são consideradas contratualmente exorbitantes no âmbito do Código de Defesa do Consumidor.

A relação de consumo é o vínculo jurídico existente entre o consumidor e o fornecedor.

Os contratos de adesão surgem como uma espécie de acordo entre essas duas partes, sendo os contratos elaborados pelo fornecedor, que, assim, acaba sendo beneficiado em desfavor do consumidor.

Assim sendo, convém salientar que o Código de Defesa do Consumidor serve de mecanismo de defesa dos direitos do cidadão, principalmente quando se encontram como

¹ Acadêmica de Direito da Universidade de Uberaba. dandysarantes@hotmail.com

² Professora, consultora e advogada. Doutora em Direito. afabri@terra.com.br

vítimas de abusos cometidos por fornecedores de produtos e prestadores de serviços munidos de um contrato desequilibrado.

1- RELAÇÃO DE CONSUMO: CONSUMIDOR/FORNECEDOR

Para melhor entendimento do tema torna-se conveniente elucidar alguns conceitos básicos, evitando-se qualquer discussão acerca do que poderia ser considerado ou não relação de consumo.

1.1- CONSUMIDOR

Consumidor é qualquer pessoa física ou jurídica, que contrate para consumo final, a aquisição de bens, bem como a prestação de serviços. Ou seja, aquela que adquire um produto ou serviço sem intenção de integrá-lo a processo produtivo para repasse futuro a outro adquirente.

Consoante o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 2º, consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.” Ainda, no parágrafo único do mesmo artigo, o legislador estabelece: “equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”.

José Geraldo Brito Filomeno (2000, p. 35-36) discorda da inserção de pessoas jurídicas como consumidores:

[...] pela simples constatação de disporem as pessoas jurídicas de força suficiente para arquitetar sua defesa, enquanto que o consumidor, ou mesmo coletividade de consumidores, ficam totalmente imobilizados pelos altos custos e morosidade crônica da justiça comum [...] na verdade, o critério conceitual do Código brasileiro discrepa da própria filosofia consumerista, ao colocar a pessoa jurídica como também consumidora de produtos e serviços. E isto exatamente pela simples razão de que o consumidor, geralmente vulnerável enquanto pessoa física, defronta-se com o poder econômico dos fornecedores em geral, o que não ocorre com esses que, bem ou mal, grandes ou pequenos, detêm maior informação e meios de defender-se uns contra os outros, quando houver impasses e conflitos de interesses.

Porém, no nosso ordenamento jurídico, triunfa a inserção da pessoa jurídica também como consumidor de bens e serviços, considerando-se também, a prevalência da corrente finalista da noção de consumidor, qual seja a da finalidade para que se destina o produto ou o serviço adquirido. (Teoria finalista da ação³).

³Doutrina finalista da ação é aquela que entende como consumidor somente aquele que adquire o bem ou serviço para uso final, contrariamente à corrente maximalista, que abrange relações mais amplas do que as que envolvem o objetivo de utilização final, a confundir relações entre fornecedores (de ordem civil e empresarial) e entre estes e consumidores (relação consumerista propriamente dita).

1.2- FORNECEDOR

Fornecedor é quem fornece os bens ou serviços. Assim dispõe o art. 3º do Código de Defesa do Consumidor

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. Ou seja, toda pessoa que dispõe no mercado bens ou serviços ao consumidor, é fornecedor.

Incluem-se na figura do consumidor os bancos, as seguradoras e os concessionários de serviços públicos, pois não se pode discriminar consumidores em razão do tipo de serviço prestado, pois a base para se estabelecer quem é o consumidor e o fornecedor é o caráter finalístico do bem ou serviço que é adquirido.

2-PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DA LEI 8.078/90

A lei nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990, dispõe sobre a proteção do consumidor e tece princípios fundamentais para o cumprimento de seu propósito.

2.1- PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

Refere-se ao dever do fornecedor de agir com cooperação, lealdade e honestidade, evitando condutas que possam deixar a outra parte em total desvantagem. Sobre o tema, ensina Rizzato Nunes (2018, p.108):

A boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, grosso modo, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

Segundo Cláudia Lima Marques(2003, p. 124 e 125)

O princípio da boa-fé objetiva na formação e na execução das obrigações possui muitas funções na nova teoria contratual: 1) como fonte de novos deveres especiais de conduta durante o vínculo contratual, os chamados deveres anexos, 2) como causa limitadora do exercício, antes lícito, hoje abusivo, dos direitos subjetivos e 3) na concreção e interpretação dos contratos.

Ainda a respeito deste princípio, Alberto do Amaral Júnior (1993, p.27):

O emprego do princípio da boa-fé como meio de controle das cláusulas contratuais abusivas pressupõe a adoção de uma hermenêutica prudencial e finalística que esteja em condições de avaliar, em cada caso concreto, o alcance dos princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

A boa-fé leva a crer que o consumidor, em sua vulnerabilidade perante o mercado, tem para si que as informações que lhe são pelo fornecedor passadas são verídicas.

2.2- PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA

O princípio da transparência está consubstanciado no nosso ordenamento jurídico no art. 6º, III, da Lei 8078/90, ao assegurar ao consumidor a plena ciência da exata extensão das obrigações assumidas perante o fornecedor. Ou seja, o dever do fornecedor é passar ao consumidor todas as informações necessárias à tomada de decisão de consumir ou não, de maneira clara.

Jorge Alberto Quadros de Carvalho Silva(2003,p.68) de acordo com o princípio da transparência nas relações de consumo corrobora:

O princípio da transparência, essencialmente democrático que é, ao reconhecer que, em uma sociedade, o poder não é só exercido no plano da política, mas também da economia, surge no Código de Defesa do Consumidor, com o fim de regulamentar o poder econômico, exigindo-lhe visibilidade, ao atuar na esfera jurídica do consumidor. No CDC, ele fundamenta o direito à informação, encontra-se presente nos arts. 4º, caput, 6º,III, 8º, caput, 31,37, § 3º, 46 e 54, §§ 3º e 4º, e implica assegurar ao consumidor a plena ciência da exata extensão das obrigações assumidas perante o fornecedor.

Dessa maneira, deve o fornecedor propagar de fato ao consumidor toda e qualquer comunicação imprescindível à decisão de consumir ou não o produto ou serviço, de modo adequado, justo e preciso, sem termos técnicos ou palavreado estrangeiro que possa levar o consumidor a não compreender a informação.

2.3- VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR

Este princípio identifica a existência de uma parte vulnerável nas relações de consumo. Encontra origem em dois fatos iniciais, sendo o primeiro técnico, quando o fornecedor fica a cima do consumidor por possuir o domínio dos conhecimentos pertinentes ao produto ou serviço da relação, e o segundo, econômico, sendo quando o fornecedor possui maior capital do que o consumidor, deixando este em total desvantagem.

Neste sentido, há também a previsão do instituto da inversão do ônus da prova em benefício do consumidor e, no caso da informação, ela não é judicial, mas sim, legal, diferentemente das situações de defeitos, nos casos do artigo 6º, VIII.

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:
(...)

VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil

a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências".

3- ABUSOS COMETIDOS PELOS FORNECEDORES DE SERVIÇOS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

É mister especificar o que são os abusos cometidos pelos fornecedores de serviços nas relações de consumo, abusos esses reconhecidos por meio das cláusulas abusivas, que são aquelas notoriamente desfavoráveis à parte mais fraca da relação contratual, no caso, o consumidor. Essas cláusulas abusivas podem ser chamadas também de cláusulas excessivas. E podem ser definidas também como cláusulas que limitam unilateralmente as obrigações do mais forte (fornecedor) ou intensificam as do mais fraco (consumidor), causando assim um desequilíbrio entre as duas partes da relação de consumo.

Uma cláusula contratual poderá ser tida como abusiva quando se constitui um abuso de direito (o predisponente das cláusulas contratuais, num contrato de adesão, tem o direito de redigi-las previamente; mas comete abuso se, ao redigi-las, o faz de forma a causar dano ao aderente). Também será considerada abusiva se fere a boa-fé objetiva, pois, segundo a expectativa geral, de todas e quaisquer pessoas, há que haver equivalência em todas as trocas. Presumir-se-á também abusiva a cláusula contratual quando ocorrer afronta aos bons costumes, ou quando ela se desviar do fim social ou econômico que lhe fixa o direito. A aferição dessas condições não se faz, contudo, através da indagação da real intenção das partes intervenientes no contrato. (FONSECA, João Bosco Leopoldino da. 1993, p. 127-128).

A lista de cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços é exemplificativa, consoante o artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor:

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

- I** - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;
- II** - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;
- III** - transfiram responsabilidades a terceiros;
- IV** - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;
- V** - (Vetado);
- VI** - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;
- VII** - determinem a utilização compulsória de arbitragem;
- VIII** - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;
- IX** - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;
- X** - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;
- XI** - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;

- XII** - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;
- XIII** - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;
- XIV** - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais;
- XV** - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;
- XVI** - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.
- § 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:
- I** - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;
- II** - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;
- III** - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.
- § 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.
- § 3º (Vetado).
- § 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

Esta lista aplica-se tanto a contratos de adesão quanto a contratos negociados e prevê sempre a nulidade absoluta das cláusulas que nele se submeterem.

4- DIREITO À INFORMAÇÃO: O DIREITO DE SE INFORMAR E SER INFORMADO

O direito de se informar previsto no art. 5º, XIV, do Código de Defesa do Consumidor, diz que “é assegurado a todos o acesso à informação”, entretanto, o referido acesso é restrito “resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional.”

A maioria dos casos em que o consumidor é lesado, se dá pela falta de conhecimento a respeito dos direitos fundamentais que o mesmo dispõe. Por tal razão, o art. 6º, IV e VIII do Código de Defesa do Consumidor, se preocupa com a informação e o conhecimento para que fornecedores e consumidores busquem seus direitos e deveres para o progressivas relações consumo.

É direito e princípio fundamental do consumidor o direito à informação clara e precisa sobre o produto final da relação de consumo. A informação estabelece elemento necessário e indispensável ao produto.

A maior parte dos contratos são criados unilateralmente pelo fornecedor da relação de consumo, usurpando de cláusulas favoráveis aos interesses do mesmo, sendo impostos ao consumidor impossibilitando-o de ter qualquer discussão prévia de seu conteúdo, surgindo aí tal desequilíbrio.

Sendo assim, são nulas de pleno direito as cláusulas abusivas que estabeleçam obrigações que coloquem o consumidor em total desvantagem, como pudemos ver no tópico acima.

Observados os direitos fundamentais resguardados pelo Código de Defesa do Consumidor, percebe-se o quanto as relações de consumo deveriam dispor de mais harmonia e equilíbrio entre as partes. As cláusulas deveriam ser elucidadas de modo mais favorável ao consumidor, tendo em vista que ele é completamente vulnerável diante do fornecedor.

Por isso, os prejudicados têm direito à informação. O direito de se informar e ser informado. Direito este que autoriza à revisão dos contratos, e alterações de cláusulas que determinam obrigações opostas aos princípios retratados no Código de Defesa do Consumidor, principalmente a boa-fé, o equilíbrio contratual e a equivalência entre as partes o que, aliás, provém de princípios constitucionais, como a isonomia e igualdade.

O direito à informação nada mais é do que um direito fundamental para capacitar o consumidor de exercer os seus direitos definidos por lei e principalmente exigir a propositura de uma ação aos órgãos competentes.

5- PRÁTICAS ABUSIVAS MAIS COMUNS (ARTIGO 39 DO CDC)

As práticas abusivas mais comuns estão elencadas no nosso ordenamento jurídico segundo o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, são:

- I** - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;
- II** - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;
- III** - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;
- IV** - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;
- V** - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;
- VI** - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;
- VII** - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;
- VIII** - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);
- IX** - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério;
- IX** - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de

intermediação regulados em leis especiais; (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

X - (Vetado).

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Incluído pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Incluído pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Incluído pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. (Incluído pela Lei nº 13.425, de 2017)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Porém, há muitas outras atitudes que, seja por desconhecimento da lei ou mesmo má-fé, caracterizam cláusulas abusivas cometidas por fornecedores em desfavor de consumidores, em que estes acabam sendo lesados por não saber como agir. Assim, muitas traduzem os tipos legais descritos na citação acima:

Venda casada (consumidor sendo obrigado a levar um produto na compra de outro.) , **mentir sobre falta de produto** (quando o fornecedor alega falta de produto no estoque e a informação é falsa) , **envio de produto não solicitado** (o fornecedor não pode enviar um produto para a residência do consumidor sem que este tenha sido solicitado) , **cobranças abusivas de dívidas:** (o fornecedor não pode utilizar-se da fraqueza ou da ignorância do consumidor como vantagem) , **contratação de um serviço sem apresentação de orçamento prévio** (o consumidor não é obrigado a aceitar o serviço sem a apresentação de um orçamento que contenha todos os dados importantes e o prazo de execução, além de eventuais custos adicionais) , **humilhação ou difamação** (o fornecedor não pode humilhar ou difamar o consumidor porque ele exerceu o seu direito, por exemplo) , **falta de fixação de prazo nas prestações de serviço** (o fornecedor não pode deixar de estipular um prazo para o cumprimento da sua obrigação ou deixar essa delimitação do prazo a sua vontade própria) , **reajuste de preço acima da média** (é considerada prática abusiva o reajuste de preços diferente do que é legal ou estabelecido no contrato) , **não entregar cupom fiscal após a compra** (é obrigatória a entrega ou emissão de cupom fiscal na venda de produtos) , **cobrar preços diferentes em cartões de crédito ou cheque** (o preço à vista deve ser igual nos pagamentos em cheque, cartão ou dinheiro, o comerciante não pode fazer diferenciação de preços nesses casos).

(BOUCAULT, <https://oglobo.globo.com/economia/defesa-do-consumidor/praticas-abusivas-saiba-quais-sao-as-10-mais-comuns-19368516>)

Em caso de dúvida a respeito dessas situações, o consumidor pode e deve procurar o fornecedor para discutir e resolver essa questão. E, caso o fornecedor não aceite, o consumidor deverá procurar um órgão de defesa do consumidor para registrar uma reclamação. Se assim não for encontrado solução, o consumidor deve contratar um advogado para entrar com uma ação judicial contra o fornecedor ou procurar o juizado especial cível, para a devida restituição.

6- CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conceituaram-se as relações de consumo entre fornecedor e consumidor, nos termos dos artigos 2º e 3º da lei do Código de Defesa do Consumidor, elucidando alguns conceitos básicos, pois ainda são discutidas tais concepções bem como a relação jurídica de consumo. Após, adentrou-se a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor, a trazer princípios básicos. O primeiro princípio estudado foi o princípio da boa fé-objetiva, considerado o princípio máximo orientador do Código de Defesa do Consumidor, pois se refere ao dever propriamente dito de agir com cooperação, lealdade e honestidade, evitando condutas que possam deixar a outra parte em total desvantagem. A boa-fé é um requisito que se exige do fornecedor para que haja a tão importante harmonização entre as partes. O segundo princípio, demonstrado foi o da transparência, que garante ao consumidor a total informação da exata importância e extensão das obrigações declaradas em face do fornecedor, devendo o mesmo propagar de fato ao consumidor toda e qualquer comunicação imprescindível à decisão de consumir ou não o produto ou serviço, de modo adequado, justo e preciso. O princípio da vulnerabilidade do consumidor, sendo pilar da proteção que se confere ao adquirente de bens e serviços no mercado para uso final, norteia outros princípios e direitos ao longo de todo o texto legal. Nesse sentido, trouxe a previsão do instituto da inversão do ônus da prova em benefício do consumidor, sendo permitida quando houver a verossimilhança das alegações do consumidor e quando o mesmo consumidor estiver em posição hipossuficiente na relação jurídica, caso em que ela se configura como judicial, sendo, em relação à informação, uma inversão legal.

Esta última inversão se insere no contexto de abusos cometidos pelos fornecedores de bens e serviços nas relações de consumo, muitos deles envolvendo cláusulas abusivas, que são aquelas notoriamente desfavoráveis à parte mais fraca da relação contratual, no caso, o consumidor. Nessa esteira, cláusulas consideradas abusivas estão enumeradas no artigo 51 do diploma de defesa do consumidor, aplicando a nulidade de pleno direito, o que significa que são cláusulas que contrariam a ordem pública de proteção ao consumidor. Essa nulidade decorre do fato de as normas serem estabelecidas pelos fornecedores nos contratos de massa e que, por essa razão, são considerados de adesão, consoante o artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor.

Ainda quanto à informação, os consumidores são protegidos pelo Estado tanto na esfera administrativa quanto na judicial, com a instituição de órgãos de defesa do consumidor e pela possibilidade de instauração de inquérito civil, a servir para futuro ajuizamento de ação

civil pública, o que não retira a importância da tutela no âmbito legislativo, por meio de normas específicas, que não barram a atuação também das agências reguladoras para a proteção da coletividade usuária de serviços e consumidora de produtos.

Todas essas garantias se devem ao fato de a informação constituir elemento necessário e indispensável ao produto, vinculando o fornecedor perante o consumidor e, com isso, engendrando eventuais responsabilidades. Nessa esteira, o Código de Defesa do Consumidor autoriza a revisão dos contratos por meio de alterações de cláusulas que determinam obrigações opostas aos princípios consumeristas, principalmente a boa-fé, que é objetiva, o equilíbrio contratual e a equivalência entre as partes, o que, aliás, provém de princípios constitucionais, como a isonomia e igualdade.

Esses e outros aspectos têm como objetivo fundamental assegurar o equilíbrio nas relações de consumo e, jamais, ao contrário do que se poderia imaginar, colocar o consumidor num pedestal acima do fornecedor, sob pena de se chegar a situação diametralmente oposta ao que ocorria antes da Lei nº 8.078/1990.

ABSTRACT

This paper presents the analysis of the extension of consumers' rights since they are very precious to human rights as the consumer is viewed as the vulnerable part of the relation in tort law by Brazilian Consumers' Law. This right has an impact on contracts signed by consumers in their relations with suppliers, which are often full of any kind of abuse, thus generating the idea of being contracts in which there is not the participation of the consumer of being of adherence and this has a relation with the right to information. As a result, this leads to the possibility of nullity of clauses comprehended by abuses in any way that may deprive consumers of the right to exercise their right or even make the position between suppliers and consumers very unequal, especially due to the presumed position of good faith attributed to consumers.

Keywords: Consumer Law. Unfair terms. Consumer relationship. Right to information. Consumer Protection Code.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AMARAL JUNIOR, Alberto do. A boa-fé e o Controle das Cláusulas Contratuais abusivas nas relações de consumo. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 06, abril/junho-1993.
2. DE ALMEIDA, João Batista. **A proteção jurídica do consumidor**. Saraiva, 1993.
3. FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
4. LEOPOLDINO DA FONSECA, João Bosco. **Cláusulas abusivas nos contratos**. Rio de Janeiro: Forense, 1993.
5. MARQUES, Cláudia Lima; INSTITUTO BRASILEIRO DE POLÍTICA E DIREITO DO CONSUMIDOR. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. Editora revista dos tribunais, 1992.
6. NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. Editora Saraiva, 2018.
7. PADILHA, Sandra Maria Galdino. Cláusulas abusivas nas relações de consumo. **Prim@ Facie-Direito, História e Política**, v. 2, n. 3, p. 86-150, 2003.
8. SILVA, Jorge Alberto Quadros de Carvalho. **Código de Defesa do Consumidor Anotado e legislação complementar**, 3ª ed. – São Paulo: Saraiva, 2003.
9. SCHMITT, Cristiano Heineck. **Cláusulas abusivas nas relações de consumo**. Editora Revista dos Tribunais, 2008.