**A RELAÇÃO DA APLICAÇÃO DOS PRINCÍPIOS DO PROTECIONISMO E DA VULNERABILIDADE DO DIREITO DO CONSUMIDOR FRENTE A NOVA REALIDADE VIGENTE DO CORONAVÍRUS (COVID-19)**

RODRIGUES, George Victor de Souza.

*Graduando do Curso de Direito da Faculdade Metropolitana São Carlos (FAMESC) – Unidade Bom Jesus do Itabapoana.*

E-mail: *kirigaya.gv@gmail.com*

PASSALINI, Yana Larissa Sousa*.*

*Graduanda do Curso de Direito da Faculdade Metropolitana São Carlos (FAMESC) – Unidade Bom Jesus do Itabapoana.*

E-mail: yanapassalini99@gmail.com

BARBOSA, Sarah

*Graduanda do Curso de Direito da Faculdade Metropolitana São Carlos (FAMESC) – Unidade Bom Jesus do Itabapoana.*

E-mail: barbosasarahs@gmail.com

SILVA, Geovana Santana da

*Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Políticas Sociais da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro – UENF. Professora da Faculdade Metropolitana São Carlos.*

E-mail: gesantana@gmail.com

CASTRO, Filipe Matos Monteiro de

*Especialista em Direito Público pela Faculdade Metropolitana São Carlos*

*Professor da Faculdade Metropolitana São Carlos*

E-mail: filipemcastro@gmail.com

**INTRODUÇÃO**

O Código de Defesa do Consumidor chega como um instrumento de amparo legal para resguardo dos direitos do consumidor em suas compras e a obrigação e legalização das vendas de produtos e serviços dos fornecedores na relação de consumo que envolve a sociedade.

Em meio à vida social ocorreu no início do ano de 2020 a orientação da Organização Mundial de Saúde para o distanciamento social, como medida de combate à pandemia do novo Coronavírus (covid-19), que surgiu no final do ano de 2019 na China. Assim passou-se a reger uma nova forma de relações sociais, muito voltadas a preservação da saúde. O Brasil, por meio do Decreto Legislativo nº 06/2020 instituiu o estado de calamidade pública no Brasil, também adotando o isolamento social como medida de combate à propagação do novo coronavírus.

Em meio a esse novo desafio foi comprovado que a relação entre consumidor e fornecedor não poderia deixar de existir e nem de ser amparada, é com essa égide que a presente pesquisa objetiva tratar dos princípios do Protecionismo e da Vulnerabilidade do consumidor nas relações consumeristas, levando em consideração o atual momento vivido pela sociedade brasileira.

**MATERIAL E MÉTODOS**

Para desenvolvimento do trabalho, o método da pesquisa utilizado foi o dedutivo e qualitativo. Já as técnicas adotadas na pesquisa foi a de revisão de bibliografia, artigos científicos e materiais da internet sobre a temática ora debatida. Neste caso, foi ainda usado a consulta de normas legais regentes sobre o assunto.

**DESENVOLVIMENTO**

O Conceito de relação de consumo, pode ser entendida como sendo a relação que possui um tripé, formado pelo fornecedor, o consumidor e algo que os liga, sendo esse algo um produto ou um serviço prestado ou disponibilizado pelo fornecedor. O consumidor ocupa o lugar daquele que detém o poder aquisitivo e irá adquirir o produto ou serviço como o destinatário final. (PASSERI *et. all*, 2020).

O fornecedor é definido como a parte na qual insere ou fornece os produtos ou serviços no mercado corriqueiramente. Já os produtos e serviços, são aqueles que podem ser comercializados no mercado. Há de se falar que a relação de consumo é vulnerável a parte consumidora. Isso se da pelo fato de que os fornecedores ocupam uma posição superior, no quesito economico, quanto de informações (PASSERI *et. all*, 2020).

O Código de Defesa do Consumidor – CDC surge para amparar a parte tida como vulnerável na relação de consumo, ou seja, a parte consumidora. Assim, o CDC busca evitar que os fornecedores de produtos ou serviços, por exemplo, taxem os valores de forma abusiva ao consumidor, muito acima do que estatui o mercado legal vigente, inclusive essa proteção está expressa na Constituição da República Federal de 1988 no seu artigo 5º, inciso XXXII (PASSERI *et. all*, 2020).

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:,

[...]

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor (BRASIL, 1988).

 Nessa égide, surge então a legalização das relações de consumo a nível infraconstitucional, por meio da promulgação da Lei nº 8.078/1990, que compactou todos os direitos e deveres referentes às relações sociais de consumo, de forma que a referida lei não pode ser ignorada durante a vigência de um estado de calamidade como o instituído pelo Decreto Legislativo nº 06/2020. (PASSERI *et. all*, 2020).

Diante disso, frente à pandemia decorrente do Coronavírus (Covid – 19), as políticas estatais estão se adaptando, para que, apesar do cenário de crise social e econômica de âmbito nacional e internacional, o consumidor continue sendo amparado de modo eficaz, mantidas as suas garantias essenciais (PASSERI *et. all*, 2020).

Para que se tenha então a proteção completa desses direitos em um momento atípico é preciso que tanto os fornecedores, quanto os consumidores, as fiscalizações e os aplicadores da lei, observem os princípios que regem o Direito do Consumidor, porque mesmo em tempos de pandemia os princípios previstos no CDC não podem deixar de serem observados, porque deles dependem a extração do direito legalizado. Portanto ao falar da aplicação dos direitos do consumidor durante a pandemia, tem que se considerar que a garantia desses direitos, é garantir a aplicação dos princípios por traz desses direitos. Nesse sentido, “não obstante os inúmeros infortúnios causados pelo recente surto pandêmico deve-se elencar o fato de que o Código de Defesa do Consumidor não se manteve inerte diante das relações negociais abrangentes ao nosso redor” (PASSERI *et. all*, 2020, p. 1).

 Os princípios então são considerados regras do Direito do Consumidor, que podem ser extraídos dos artigos 1º, 4º e 6º do CDC e encontra amparo em outros dispositivos legislativos que os aplicam ao tratar das temáticas envolvendo a matéria, entre estes destacam-se o Princípio do Protecionismo do Consumidor estipulado no artigo 1º do CDC que versa:

Art. 1° O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias (BRASIL, 1990).

O Princípio do Protecionismo então pode ser considerado como um amparo legal que o legislador estipulou para que as relações de consumo fossem garantidas para a parte considerada mais fraca do negócio, que é o consumidor (PASSERI *et. all*, 2020).

Tem-se dito que se a Lei n. 8.078/90 se tivesse limitado a seus primeiros sete artigos, ainda assim o consumidor poderia receber uma ampla proteção, pois eles refletem concretamente os princípios constitucionais de proteção ao consumidor e bastaria aos intérpretes compreender seus significados. Isso é verdade e mais: ver-se-á que as normas posteriormente estipuladas no CDC concretizam mais ainda esses princípios e direitos básicos (NUNES, 2017, p. 121).

 Mais uma aplicação do princípio é de que os estabelecimentos devem contar com um exemplar do CDC a amostra no estabelecimento para consulta dos consumidores e da fiscalização quando quiserem descumprir tal ato gera penalidade pecuniária ao estabelecimento. Outra consequência de sua inobservância é a atuação do Ministério Público como interventor nas relações problemáticas envolvendo consumidores e a terceira consequência é que deve ser conhecida pelo magistrado essa relação consumerista, caso haja a violação a esse principio a parte lesada consumidora pode recorrer aos órgãos de fiscalização ou ao PROCON de sua cidade, para investigação do estabelecimento e acionamento da justiça em casos que demandar. Sendo muitos casos o PROCON o responsável por essa fiscalização (LEITE, 2015). Nesse sentido, Bento e Almeida (2020, s.p.) menciona o objetivo do PROCON:

A Fundação PROCON foi o primeiro órgão público a implementar o Programa de Municipalização da Defesa do Consumidor no Brasil. Tal fundação, tem por objetivo a proteção e defesa do consumidor, mas não apenas isso, visa também o equilíbrio e harmonização das relações de consumo, bem como a melhoria da qualidade de vida da população e a facilitação do exercício da cidadania.

 Outro importante princípio que deve ser observado nesse momento atípico social é o da Vulnerabilidade do Consumidor sendo voltada a presunção *iure et iure,* não cabe prova em contrário, é considerado então mais do que um estado momentâneo do indivíduo, sendo uma condição de todo consumidor, pois, este se encontra nesse polo da relação consumerista. Segundo este princípio não importa a condição atual da pessoa, seja ela qual for, sendo consumidor já se encontra em condição pessoal de vulnerabilidade frente ao fornecedor, é o que aduz o artigo 2º e 3º do diploma legal (BENTO; ALMEIDA, 2020). Nesse sentido, Bolzan (2014, p. 153) a acrescenta sobre o Princípio da Vulnerabilidade:

O art. 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor identificou como o primeiro princípio da Política Nacional das Relações de Consumo o da Vulnerabilidade, que expressa o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”. O consumidor é considerado a parte mais frágil da relação jurídica de consumo.

 Diante dos conceitos acima descritos, fica a seguinte indagação: É preciso que haja uma fiscalização eficiente de forma a garantir a aplicação concreta desses princípios durante o estado de calamidade pública advinda com a pandemia do novo coronavírus? Devendo ser feitas as investigações e punições a esses fornecedores que se aproveitam do momento atípico da sociedade para lucrar acima com seus produtos e serviços do que o preço comum de mercado tabelado (BENTO; ALMEIDA, 2020).

**RESULTADOS E DISCUSSÃO**

 De maneira geral, o ano de 2020 vem sendo uma situação atípica e excepcional em todo o mundo, tendo as relações de consumo sofrido com danos e prejuízos por conta da pandemia do coronavírus covid-19 que gerou a necessidade do isolamento social. Com essa nova realidade vigente foi preciso adotar medidas excepcionais para reger a relação entre os fornecedores e consumidores, afim de que se mantenha a harmonia, equilíbrio e a boa-fé contratual, com o objetivo de conseguir proteger a parte mais vulnerável da relação, que é o consumidor.

Como exemplos das medidas que poderão ser adotadas na solução dos conflitos envolvendo as relações de consumo durante a pandemia, cita-se a nota do PROCON-SP que fora publicada pelo diretor executivo do referido órgão, orientando os consumidores a optarem pela conversão de eventual serviço contratado em crédito para uso em um momento posterior, de modo a evitar que o fornecedor cobre do consumidor por algum valor ou aplique alguma penalidade para que se realize esta alteração, garantindo a ambas as partes um mútuo acordo benéfico (BENTO; ALMEIDA, 2020).

Outra medida que pode ser adotada para a manutenção do equilíbrio das relações de consumo enquanto viger a necessidade de isolamento social, é garantir a aplicação dos princípios previstos na Lei nº 8.078/1990, dentre esses princípios, destacam-se o Princípio do Protecionismo e o da Vulnerabilidade. A inobservância destes princípios pode gerar insegurança jurídica nas relações consumeristas, prejudicando ainda mais o consumidor que já é tido como vulnerável nessa relação jurídica.

Sendo o consumidor a parte frágil do negócio jurídico contratual requer todos os amparos e cuidados legais, inclusive orientações como de órgãos que cuida da demanda de fiscalização e acionamento administrativoe Judiciário para que os estabelecimentos sejam, quando necessário, autuados, garantindo a observação dos direitos da parte consumerista.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS**

 Portanto, pode-se concluir que o presente trabalho, após a pesquisa feita à luz da legislação vigente e análises doutrinárias e jurisprudenciais, a fim de esclarecer sobre o tema abordado, demonstrou que a vinda do COVID-19 trouxe danos e prejuízos nos contratos oriundos da relação de consumo. Trata-se de uma situação excêntrica, cujas consequências sociais e econômicas tem afetado diretamente nas relações de consumo, além da restrição à liberdade imposta às pessoas pela necessidade de isolamento social.

Na relação de consumo é claro que o consumidor é a parte mais vulnerável, ainda mais em um momento de pandemia que tem afetado diretamente nas relações de compra e venda de produtos ou serviços. Assim, os princípios norteadores do CDC, qual sejam, o da Vulnerabilidade e do Protecionismo, têm o dever de proteger o consumidor, a fim que seja alcançado o reequilíbrio contratual nas relações de consumo em tempos de pandemia.

**REFERÊNCIAS**

BENTO, Rafael Tedrus; ALMEIDA, Camila Eduarda M. de. **As Relações de Consumo e o Covid -19**. s,p. 31 de março de 2020. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/depeso/323082/as-relacoes-de-consumo-e-o-covid-19. Acesso: em 26 set. de 2020.

BOLZAN, Fabricio. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2014.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, promulgada em 05 de outubro de 1988. 25ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2018.

BRASIL. **Lei de nº 8.078 de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. 27ª Edição. São Paulo: Saraiva, 2019.

LEITE, Gisele. **Princípios do Direito do Consumidor**. 2015. Disponível em: https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-132/principios-do-direito-do-consumidor/. Acesso em: 26 set. de 2020.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor.** 11ª Edição. Editora Saraiva, 2017.

PASSERI, Igor Gandra; GANDRA, Glicia Gandra de Oliveira *et all*. Direito do consumidor frente à pandemia do novo coronavírus. *In* **Revista Jus Navigandi**, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 25, n. 6157, 10 maio 2020. Disponível em: https://jus.com.br/artigos/81820. Acesso em: 26 set. 2020.