

Aplicação e interpretação do artigo 29 do Código de Defesa do Consumidor

Autor: PRADO, K. M.*¹

Texto:

a) O trabalho no contexto em que se insere: O fato do Código Civil brasileiro de 1916 estar superado pelas transformações políticas, econômicas e sociais do século XX e de não lograr êxito as tentativas de sua renovação com o envio em 1975 do projeto de Código Civil ao Congresso Nacional, fez com que a jurisprudência, instigada por uma doutrina de vanguarda, passasse a interpretar as relações jurídicas contratuais sob uma nova perspectiva: de cooperação mútua dos contratantes em busca de uma finalidade comum, com base na boa-fé. Quando a jurisprudência começava a atuar nesse sentido, entrou em vigor o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Seus princípios contagiaram todo o direito privado sedento de renovação, surgindo, então, controvérsia jurídica acerca dos limites de sua aplicação: se tais princípios deveriam ficar restritos às relações de consumo ou se expandiriam regendo relações jurídicas extraconsumo, estando no centro desse debate a própria compreensão do conceito jurídico de consumidor. Mesmo após mais de 20 anos de vigência do CDC, o debate a respeito da delimitação do conceito jurídico de consumidor permanece atual, principalmente tendo-se em vista a convivência no ordenamento jurídico brasileiro do Código Civil Brasileiro de 2002 (CCB/2002) e do CDC, que está a exemplificar o atual pluralismo jurídico, ou seja, de métodos, de fontes e de agentes econômicos que caracteriza o Direito Privado contemporâneo.

b) Objetivos: O objetivo do presente trabalho é analisar as principais controvérsias jurídicas travadas a respeito da interpretação dos conceitos jurídicos de consumidor, bem como o entendimento atual que vem sendo adotado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), destacando-se a interpretação e aplicação do artigo 29 do CDC, que estabelece uma importante hipótese legal de aplicação de parte das regras do CDC a *não consumidores* (diz-se que não são consumidores em relação ao sentido estrito da palavra, de acordo com a definição do artigo 2º, *caput* do CDC). Objetiva-se, com a pesquisa, demonstrar a importância da hipótese de equiparação legal do artigo 29 do CDC, utilizando-a como forma de extensão da normativa do Código quando um agente econômico se encontra diante de práticas contratuais e comerciais abusivas, mas desde que fique caracterizada, *in concreto*, a sua vulnerabilidade. Dessa forma, estar-se-á protegendo, quem verdadeiramente precisa de tutela especial.

¹ Universidade de São Paulo (USP)

c) Materiais e métodos: Os métodos utilizados são: a) o dialético, por meio do qual analisamos as diversas posições doutrinárias controversas que se estabeleceram acerca dos conceitos legais de consumidor; b) dedutivo, ou seja, a partir da leitura de textos legais e doutrinários para subsidiar a pesquisa, buscando principalmente demonstrar a importância do advento do CCB/2002 para a correta aplicação do CDC; c) indutivo, a partir da análise de julgados do STJ, visando demonstrar o posicionamento jurídico atual que essa Corte vem dando ao tema proposto na pesquisa.

d) Resultado incluindo dados: Verificou-se com a pesquisa que os posicionamentos mais restritivos a respeito dos conceitos jurídicos de consumidor contaminaram as decisões do STJ após a entrada em vigor do CCB/2002, o que contribuiu para adequada interpretação do CDC e, portanto, para a devida coerência do nosso atual sistema jurídico plural. Percebeu-se que a aplicação conjunta do CDC e do CCB/2002 está a excluir do rol de consumidores, aqueles que desenvolvem atividades econômicas, pois estes, na atualidade, recebem tratamento justo e equitativo do CCB/2002 nas suas diversas relações paritárias. Somente, excepcionalmente, é que poderão se beneficiar de tutela especial do CDC, mas desde que se encontrem em uma situação de vulnerabilidade, principalmente diante das práticas comerciais e contratuais elencadas nos capítulos V e VI, do Título I do CDC, tornando-se consumidores equiparados conforme o seu artigo 29.

e) Conclusões: O CDC tutela de forma especial quem se encontra desprotegido no mercado de consumo. Este sujeito, portador de direitos fundamentais, é o consumidor destinatário final e econômico de todo o processo produtivo. Para a configuração de uma relação jurídica de consumo, temos, de um lado, um agente econômico, fornecedor de produtos e serviços e, no sentido oposto, o consumidor que é o destinatário final desses produtos e serviços, cuja vulnerabilidade é presumida *in abstracto* pelo CDC. Porém, reconhece-se que há agentes econômicos que também podem ser vulneráveis no mercado. Estes, por sua vez, podem vir a ser equiparados a consumidor, nos termos do artigo 29, desde que fique comprovado a sua vulnerabilidade *in concreto*. Dessa forma, estar-se-á interpretando e aplicando o CDC de acordo com sua finalidade constitucional, como um instrumento de realização do princípio da igualdade material nas relações jurídicas de consumo.