



DIREITO DO CONSUMIDOR

Prof. Ricardo Maurício Freire Soares
ric.mauricio@ig.com.br



**DIREITO DO
CONSUMIDOR**



A Evolução da Proteção do Consumidor



O Direito do Consumidor se origina nos EUA, por conta do marketing agressivo, da produção, da comercialização e do consumo em massa daquela sociedade capitalista, na segunda metade do século XIX.



A Evolução da Proteção do Consumidor

Em 1872, a Lei Sherman Anti Trust, nos Estados Unidos da América, teve a finalidade de reprimir as fraudes praticadas no comércio, além de proibir as práticas desleais da combinação de preço e do monopólio.

Em 1914, criou-se a Federal Trade Commission, com o escopo de efetivar a lei antitruste e tutelar os interesses dos consumidores.



A Evolução da Proteção do Consumidor

■ A Evolução do Direito do Consumidor no Mundo:

As duas grandes guerras contribuíram para o surgimento da sociedade de consumo, haja vista que o desenvolvimento industrial fluía a todo vapor, necessitando de consumidores para despejar seus mais diversos produtos. Era o capitalismo que chegava para ficar, liderada pela mais nova grande potência, os Estados Unidos. Nisso, os fundamentos liberais do direito privado foi abalado com o surgimento desta sociedade de consumo, o que influenciou sensivelmente as características contratuais.



A Evolução da Proteção do Consumidor

Um marco histórico importante para o reconhecimento do consumidor como sujeito de direitos ocorreu em 1962, quando o presidente norte-americano John Kennedy, em um discurso, enumerou os direitos do consumidor e os considerou como um desafio necessário para o mercado.

Com efeito, o Presidente norte-americano mencionou que “**todos somos consumidores**”, afirmando que os bens e serviços deviam ser seguros para uso e vendidos a preços justos.



A Evolução da Proteção do Consumidor

1. Direito à Saúde e à Segurança:

Vedação do comércio de produtos perigosos à saúde e à vida;

2. Direito à Informação:

Limitação à propaganda enganosa e abusiva, bem como a necessidade de o consumidor ter informações sobre o produto para garantir uma boa compra;

3. Direito à Escolha:

Proibição dos monopólios trustes, com o incentivo à concorrência e a competitividade entre os fornecedores;

4. Direito a ser Ouvido:

Reconhecimento do interesse dos consumidores no momento de formulação e execução das políticas governamentais.



A Evolução da Proteção do Consumidor

Finalmente em 1985, a Assembleia Geral da ONU editou a resolução n. 39/248 de 10/04/1985 sobre a proteção ao consumidor, **positivando o princípio da vulnerabilidade no plano internacional.**, sendo fixadas as seguintes diretrizes fundamentais:

- proteção dos consumidores diante dos riscos para sua saúde e segurança;
- promoção e proteção dos seus interesses econômicos;
- acesso dos consumidores à informação adequada;
- educação do consumidor;
- possibilidade de compensação em caso de danos;
- liberdade de formar grupos e outras organizações de consumidores e a oportunidade de apresentar suas visões nos processos decisórios que as afetem.



A Evolução da Proteção do Consumidor

No Brasil, somente em 1917, surgiu o primeiro Código Civil Brasileiro e as Ordenações do Reino deixaram de ser aplicadas na doutrina civilista. O novo Código Civil foi fundado dentro de uma filosofia marcada pelo liberalismo político e econômico, apresentando característica nitidamente individualista e patrimonialista.

A preocupação com as relações de consumo surgiu no Brasil a partir das décadas de 40 e 60, quando foram criadas diversas leis regulando aspectos de consumo. Dentre elas, podem ser mencionadas: a Lei n.º 1221/51, lei de economia popular; a Lei Delegada n.º 4/62; e a Constituição de 1967, com a emenda n.º 1 de 1969.



A Evolução da Proteção do Consumidor

Em 1990, o Congresso Nacional conforme orientação de nossa Carta Magna, elaborou a Lei 8.078 de 11/09/1990 de proteção ao consumidor, criando o Código de Defesa do Consumidor.

Por constituir legislação extremamente avançada, o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor influenciou as legislações dos outros países da América do Sul.



A Evolução da Proteção do Consumidor

Apesar das dificuldades de sua efetivação, o Código de Defesa do Consumidor se consolidou no cenário nacional, como uma lei inovadora que tratava, pela primeira vez, da equalização da efetiva assimetria existente entre os fornecedores e consumidores.



Características do CDC

■ O CDC como Microssistema Jurídico

O Código de Defesa do Consumidor surge com a efetivação do comando constitucional previsto no art. 5º, XXXII, art. 170 e no art. 48 do Ato das Disposições transitórias da CF/88, para que o legislador ordinário estabelecesse um Código de Defesa e Proteção do Consumidor, o que aconteceu em 1990, pela Lei 8.078/90.



Art. 48, ADCT. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.



Características do CDC

1. Lei ordinária:

Lei que disciplina a proteção do consumidor.

2. Microssistema legislativo:

Lei que inclui, em um único diploma, várias disciplinas jurídicas – direito do consumidor, direito civil, direito penal, direito administrativo e direito processo civil.

3. Diploma normativo de ordem pública:

Normas cogentes e , portanto, inafastáveis pela vontade das partes.

4. Lei de função social:

Lei que concretiza a vontade da CF/88 de tutelar a parte mais vulnerável da sociedade de consumo.



Características do CDC

- **A Defesa do Consumidor como Direito Fundamental e Princípio da Ordem Econômica**

Atualmente, a doutrina os classifica em direitos humanos fundamentais em primeira, segunda, terceira e quarta dimensões:

- ✓ **Direitos de primeira dimensão ou de liberdade:**

Direitos e as garantias individuais e políticos clássicos ou as chamadas liberdades públicas. Visam a inibir a interferência indevida do Estado na vida do cidadão.

- ✓ **Direitos de segunda dimensão ou de igualdade:**

Direitos sociais e econômicos, surgidos no início do século XX. Neste caso, a interferência do Estado era desejada para garantir a igualdade material dos indivíduos.



Características do CDC

- ✓ **Direitos de terceira dimensão ou de solidariedade ou fraternidade:**

Direitos da coletividade, de titularidade coletiva ou difusa. Entre eles, encontra-se o direito à paz, ao meio ambiente equilibrado, à comunicação e à **proteção do consumidor**.

- ✓ **Direitos de quarta dimensão:**

Direitos originários do mundo globalizado: os direitos à democracia, à informação, ao pluralismo.



Diálogo das Fontes do Código de Defesa do Consumidor com o Novo Código Civil

Diálogo das fontes é uma tentativa de expressar a necessidade de aplicação coerente das leis de direito privado no sistema jurídico. A principiologia comum do Código de Defesa do Consumidor e do Novo Código Civil facilita o diálogo legislativo.

Verifica-se uma revisão da principiologia clássica do Direito Contratual: liberdade absoluta, isonomia formal e força obrigatória dos contratos.

Há um compartilhamento de princípios comuns: a proibição do enriquecimento sem causa, o equilíbrio contratual, a função social do contrato, a boa-fé objetiva e a interpretação contratual em prol do aderente.

Diálogo das Fontes do Código de Defesa do Consumidor com o Novo Código Civil

O Código Civil e o CDC coexistem, assim, a regra geral seria que: sendo a relação entre sujeitos paritários, aplica-se o Código Civil. Já nas relações jurídicas em que as partes são o consumidor e o fornecedor será regulamentado pelo CDC.

Quando houver antinomias, normas em conflito no Código Civil e no CDC, aplica-se a norma mais favorável ao consumidor, sujeito de direito vulnerável e merecedor de especial proteção pelo ordenamento jurídico.



Princípios do Direito do Consumidor

■ Conceito de Princípios Jurídicos

Princípios Jurídicos são normas genéricas e semanticamente abertas que corporificam os valores e fins maiores do sistema jurídico, potencializando a realização da justiça. Cumprem as funções normativa, fundamentadora e hermenêutica. Aplicam-se através de atividade de concretização/ponderação. Diferenciam-se das regras jurídicas, que são normas dotadas de estrutura fechada que estabelecem marcos de segurança e de previsibilidade. Aplicam-se através de uma atividade de subsunção.



Princípios Constitucionais do Direito do Consumidor

Princípio do Estado Democrático de Direito (art. 1º, *caput*, da CF/88);

Princípio da Cidadania (art. 1º, II da CF/88);

Princípio da Dignidade da Pessoa Humana (art. 1º, III da CF/88);

Princípio da Solidariedade (art. 3º, da CF/88);

Princípio da Isonomia Substancial (art. 5º, *caput*, da CF/88).

Princípio da Defesa do Consumidor (art. 170, V, da CF/88).

A natureza dialética da ordem constitucional econômica na CF/88

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- **V - defesa do consumidor;**
- VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação;
- VII - redução das desigualdades regionais e sociais;
- VIII - busca do pleno emprego;
- IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País.
- Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.



A Política Nacional das Relações de Consumo

- O CDC estabelece a proteção específica dos consumidores a partir de um conjunto sistematizado de princípios reunidos e traduzidos dentro da Política Nacional das Relações de Consumo – PNRC, envolvendo todos os integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, tanto públicos como privados.
- Este conjunto de diretrizes está organizado sob o nome de Política, o que se entende por um programa de metas e objetivos que devem ser obedecidos.
- Os objetivos aí traçados serão alcançados uniformemente entre particulares, Municípios, Estados, Distrito Federal e União, ou seja, em âmbito Nacional.

A Política Nacional das Relações de Consumo

- 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:
 - I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

A Política Nacional das Relações de Consumo

- II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
 - a) por iniciativa direta;
 - b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
 - c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
 - d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

A Política Nacional das Relações de Consumo

- 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;
- IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

A Política Nacional das Relações 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 de 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.

A Política Nacional das Relações de Consumo

- Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:
 - I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;
 - II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;
 - III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;
 - IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;
 - V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Plano Nacional de Consumo e Cidadania

- Enquanto no início de vigência do CDC, o tema da defesa do consumidor se restringia ao controle e informação de preços e abastecimento de produtos, atualmente o tema perpassa por produtos e serviços cada vez mais complexos: setores regulados (energia, aviação e telecomunicações), assuntos financeiros, comércio eletrônico, proteção de dados, saúde e segurança de produtos e turismo.
- Considerando essa nova realidade do consumidor brasileiro, que passou não apenas a ter acesso a bens e serviços antes inacessíveis, como também passou a lidar com a oferta de novos produtos e serviços, foi lançado o Plano Nacional de Consumo e Cidadania, o chamado Plandec.

Plano Nacional de Consumo e Cidadania

Instituído pelo Decreto nº 7.963, de 15 de março de 2013, o Plano Nacional de Consumo e Cidadania, Plandec, é um marco histórico para os consumidores, pois reconheceu a política de defesa do consumidor como política de Estado. Nesse sentido, o Plandec veio, também, oferecer à Política Nacional das Relações de Consumo maior atenção ao estabelecer ações com foco na redução de conflitos, na qualidade das relações de consumo e no fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

O Plandec tem o fim de promover a proteção e a defesa dos consumidores em todo o território nacional, por meio da integração e articulação de políticas, programas e ações em diversas esferas governamentais.

Plano Nacional de Consumo e Cidadania

- Como eixos principais de atuação no âmbito do Plandec, conforme previsto no Art. 4º do Decreto nº 7.963/2013, foram estabelecidos: a prevenção e redução de conflitos, a regulação e fiscalização; e o fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
- No que se refere à implementação do Plandec, para sua instalação e execução foi criada a Câmara Nacional das Relações de Consumo, da qual fazem parte o Conselho de Ministros; e o Observatório Nacional das Relações de Consumo.

Plano Nacional de Consumo e Cidadania

- O Conselho de Ministros é presidido pelo Ministro de Estado da Justiça, o Ministro Chefe da Casa Civil da Presidência da República, o Ministro de Estado da Fazenda, o Ministro de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e o Ministro de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão.
- O Observatório Nacional das Relações de Consumo atua nos seguintes temas: Consumo e Regulação, Consumo e Turismo e Consumo e Pós-Venda.
- No âmbito do Observatório, foram criados três comitês executivos para propor e implementar ações em áreas estratégicas como regulação, pós-venda e turismo, contando com a participação das agências técnicas envolvidas em cada área.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor (art. 4º, I do CDC).

Vulnerabilidade é o princípio jurídico-consumerista pelo qual o sistema jurídico reconhece a qualidade ou condição daquele(s) sujeito(s) mais fraco(s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha(m) a ser ofendido(s) ou ferido(s), na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do(s) sujeito(s) com maior poderio na mesma relação de consumo.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Vulnerabilidade técnica:

A vulnerabilidade técnica pode-se resumir na ideia de que o consumidor não tem conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço adquirido, conhecimento este que, em geral, o fornecedor possui.

Por exemplo, a relação é aquela do médico e paciente. Um outro exemplo seria o do consumidor que, ao adquirir um medicamento, não pode identificar se o remédio possui os elementos químicos constantes na bula.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor (art. 4º, I do CDC).

Vulnerabilidade jurídica:

É a assimetria de recursos e conhecimentos jurídicos para o equacionamento dos conflitos nas relações de consumo. O consumidor não entende quais as consequências de firmar um contrato ou estabelecer uma relação de consumo.

Enquanto o fornecedor trabalha frequentemente com seu ramo econômico, contando com assessoramento jurídico especializado, habitualmente defendendo causas semelhantes, o consumidor eventualmente litigante, terá, em contraste, poucos recursos. Obviamente, a experiência, os argumentos, os documentos e provas nestes assuntos já estão previamente organizados pelo fornecedor.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Vulnerabilidade fática:

A vulnerabilidade fática é mais abrangente, devendo ser reconhecida, topicamente, no caso concreto. É espécie importante, pois além de ser uma ideia/conceito genérica de vulnerabilidade, é aqui que se estabelecem casos de dupla vulnerabilidade do consumidor mais pobre, idoso ou criança.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Vulnerabilidade informacional:

- A vulnerabilidade, informacional constitui-se em reflexo da sociedade atual, a qual se caracteriza pela acessibilidade, rapidez e fluidez do acesso à informação. O dever de informar ganha contornos importantíssimos e fundamentais nos tempos atuais do Direito do Consumidor.
- Nesse contexto de relações massificadas, verifica-se que os contratos de adesão são uma fonte da assimetria informacional no mercado de consumo brasileiro.
- Por exemplo, aquisição de um computador por um consumidor de baixa renda.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

A demonstração da vulnerabilidade é presumida pela própria lei.

As espécies de vulnerabilidade não precisam se somar para que o consumidor seja reconhecido.

A título de exemplo, caso um sujeito rico e graduado adquira num pequeno estabelecimento comercial à beira de uma estrada, uma refeição, sua formação ou condição financeira não lhe retira a condição de vulnerável. Nesta situação específica, não é dado ao sujeito conhecer todos os ingredientes de preparo da comida, o modo de elaboração, sujeitando-se ainda ao preço e forma de pagamento estipulados pelo fornecedor a todos os demais consumidores.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Boa-Fé

a) Boa-Fé Subjetiva

É também conhecida como boa-fé crença, isto porque, diz respeito a substâncias psicológicas internas do agente. Geralmente, o estado subjetivo, deriva da ignorância do sujeito, a respeito de determinada situação, ocorre, por exemplo, na hipótese do possuidor da boa-fé subjetiva, que desconhece o vício que macula a sua posse.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

b) Boa-Fé Objetiva

É o princípio basilar de toda a conduta do agente econômico que traz a ideia de cooperação, lealdade, respeito e fidelidade nas relações contratuais.

O Superior Tribunal de Justiça já decidiu, como exemplo de concretização da boa-fé, que as operadoras de plano de saúde não podem limitar o prazo de cobertura para pacientes que se internam em Unidade de Terapia Intensiva – UTI, o que significa dizer que esta exigência contratual era totalmente contrária à legítima expectativa dos pacientes que, quando buscaram este serviço, não tiveram condições ou mesmo oportunidade de avaliar a malfadada exigência contratual (Súmula nº 302 do STJ).

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Transparência

Trata-se de um dever anexo imposto pela boa-fé e que tem maior incidência na formação dos contratos. Visa regular a propaganda, a oferta destinada ao consumidor, bem como o conteúdo do contrato de consumo.

Por esse princípio as partes têm o dever de trazerem informações claras e precisas sobre a relação de consumo a ser firmada.

Aliado ao dever de transparência está o dever de informar, que também decorre da boa-fé objetiva. No dever de informar o fornecedor deve trazer ao consumidor todas as informações sobre o produto, sobre o contrato, e sobre o negócio jurídico em geral.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Equidade ou Equilíbrio Contratual

É princípio que atua junto com a boa-fé objetiva garantindo a legítima expectativa das partes contratantes. Portanto, não basta assegurar a vontade livre, mas também se deve proteger as legítimas expectativas dos consumidores.

O princípio do equilíbrio material entre as prestações, ou princípio da equivalência é um princípio não só das relações de consumo, aplica-se a todas as relações contratuais. Esse princípio preserva a equação e o justo contratual, seja para manter a proporcionalidade inicial dos direitos e obrigações, seja para corrigir desequilíbrios supervenientes.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Ação Governamental (art. 4º, II do CDC).

O princípio da ação governamental impõe ao Estado o rigoroso cumprimento dos objetivos estabelecidos pela Política Nacional das relações de consumo. Determina a intervenção do Estado na economia, a fim de proteger o consumidor e impedir a ocorrência dos abusos do mercado capitalista.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Ação Governamental (art. 4º, II do CDC).

Em decorrência desse princípio, cabe ao Estado, exemplificativamente:

- instituir órgãos públicos de defesa do consumidor;
- incentivar a criação de associações civis que tenham por finalidade a proteção do consumidor;
- regular o mercado, preservando a qualidade, segurança, durabilidade e desempenho dos produtos e serviços oferecidos ao consumidor.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Harmonização dos Interesses dos Consumidores e Fornecedores (art. 4º, II do CDC).

O princípio da harmonização dos interesses de consumidores e fornecedores implica a compatibilização da livre iniciativa/propriedade privada com a tutela da vulnerabilidade do consumidor.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Reparação Integral

Dentre os direitos básicos do Consumidor, consagrados no art. 6, VI, do CDC encontra-se a “efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”, o que indica uma reparação de forma efetiva, real, e integral, sendo vedado ao fornecedor condicionar a reparação.

Não são aceitas nas relações de consumo, cláusulas de irresponsabilidade ou de não indenização, nem mesmo as que meramente atenuem a responsabilidade do fornecedor.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Reparação Integral

Entretanto, há uma exceção prevista no artigo 51, I, do CDC, quando o consumidor for pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis: Art. 51, CDC: “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”.**

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Responsabilidade Solidária

O artigo 7, parágrafo único do CDC estatui: “Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo”. Também art. 25 do CDC reza que: “É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores. § 1º **Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores**”

A solidariedade aparece novamente nos artigos 18, 19 e 34, do CDC, comprovando, portanto, que o consumidor pode se valer do instituto para, efetivamente, ser indenizado pelos danos sofridos nas relações jurídicas de consumo.

Princípios Setoriais do Direito do Consumidor

Princípio da Interpretação mais Favorável ao Consumidor

Trata-se de um princípio que proclama a interpretação contra a parte mais forte, aquela que estipulou o conteúdo do pacto contratual, como ocorre no contrato de adesão.

Este princípio está expresso no CDC, no art. 47 “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor”.

Vale salientar que este princípio será aplicável não apenas às cláusulas contratuais, mas também em relação às leis em geral, ou seja, havendo conflito, aplica-se a lei ou a cláusula que melhor atenda aos interesses do consumidor.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- Os direitos básicos do consumidor cuidam de valores e preceitos fundamentais que não podem ser deixados de lado, pois integram um rol mínimo de condições existenciais para que o consumidor conviva no mercado de consumo com dignidade.
- Os direitos básicos do consumidor estão previstos no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor e funciona, de certa forma, como um índice para esta Lei, visto que faz referência a quase todas as matérias que serão nele tratadas.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- O art. 6º do CDC elenca os seguintes **direitos básicos do consumidor**:
 - I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;
 - II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;
 - III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem
 - IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;
- VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;
- VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;
- VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;
- VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

Direitos Básicos do Direito 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;

IX - [\(Vetado\)](#)

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito à Vida, Saúde e Segurança**
- A proteção à vida, saúde e segurança são direitos fundamentais previstos constitucionalmente e assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor a todos os cidadãos que participam das relações de consumo na condição de consumidores.
- Especialmente voltada às pessoas físicas, esta previsão no Código de Defesa do Consumidor busca proteger os consumidores face a riscos e perigos não esperados e anormais decorrentes do uso de produtos ou fruição de serviços.
- Assim, em casos em que se constata um defeito — problema que pode resultar em um dano à saúde e segurança do consumidor, podendo inclusive acarretar perda da própria vida, a exemplo de acidentes rodoviários, marítimos ou aéreos, cirurgias malsucedidas, intoxicações alimentares, entre outras situações — o fornecedor é integralmente responsável.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito à educação, liberdade de escolha e informação adequada**
- A finalidade da educação ao consumidor é permitir que, devidamente informado, o consumidor possa participar de forma mais equilibrada nas relações de consumo, tendo condições de identificar o que é realmente de sua vontade ou necessidade.
- A liberdade de escolha e a igualdade nas contratações dependem intensamente da qualidade e quantidade de informações passadas aos consumidores pelo fornecedor.
- A Lei nº 12.741, de 8 de dezembro de 2012, veio a complementar este artigo, determinando que também seja garantido aos consumidores informação relativa a: “tributos incidentes e preço”.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

Direito à proteção contra publicidade enganosa e abusiva

- Uma vez que o fornecedor posiciona-se mais favorável que o consumidor no mercado, é direito deste último ser protegido contra todo e qualquer tipo de abuso de direito cometido pelo fornecedor, seja ele no momento de anunciar seus produtos e serviços (proteção contra publicidade enganosa e abusiva), no trato direto com o consumidor nos momentos anteriores ou concomitantes à venda (proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais) e, ainda, não impondo condições contratuais injustas aos que com ele contratam (proteção contra cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços).

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

Direito à proteção contratual

- Especificamente em relação ao contrato, o CDC garante ao consumidor, além da possibilidade de invalidar as cláusulas abusivas, mesmo tendo assinado o documento, o direito de modificar disposições que imponham ganho exagerado ao fornecedor em detrimento de prejuízo considerável do consumidor e de rever o contrato caso ocorra um fato posterior ao acordo das partes que torne inviável ao consumidor o cumprimento de sua prestação.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito à prevenção e reparação de danos**
- O consumidor terá direito à efetiva reparação e prevenção de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos (determináveis) e difusos (indetermináveis).
- O direito à indenização é um dos fundamentos da vida em sociedade e assegura a todos que o Estado promoverá, na forma da lei, que o causador de um dano recompense-o obrigatoriamente, caso ele não cumpra sua obrigação espontaneamente. O valor indenizatório deve ser razoável e estar relacionado ao prejuízo.
- Os danos (prejuízos/perdas) mencionados pelo dispositivo do CDC em referência são relativos ao patrimônio do consumidor (danos materiais), aos abalos que vier a sofrer quando agredido em sua personalidade (danos morais), por exemplo, danos materiais e morais decorrentes do extravio de uma bagagem.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- Atualmente, é jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, de acordo com a Súmula nº 37, que “são cumuláveis as indenizações por dano material e moral oriundos do mesmo fato”. Registre-se, ainda, que os meros dissabores, a que todos estão sujeitos na vida em sociedade, por exemplo, como a demora numa fila, não caracterizam dano moral.
- É também direito do consumidor a prevenção de danos, o que impõe, especialmente aos fornecedores e aos órgãos de proteção e defesa dos consumidores, uma vigilância constante para fiscalizar situações potencialmente prejudiciais disponibilizadas no mercado.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito à facilitação de acesso à Justiça**
- Em regra, quem alega tem que provar. Em determinada causa judicial, o autor da ação deve provar a existência dos fatos alegados para obter êxito. Não é incomum que alguém tenha determinado direito, mas, por ausência de prova, não obtenha ganho de causa.
- A inversão do ônus da prova é a possibilidade de o juiz considerar provados os fatos alegados pelo consumidor, desde que as afirmações sejam verossímeis (coerentes, plausíveis, razoáveis) ou ficar evidente a dificuldade de produzir determinada prova (hipossuficiência).
- Caberá ao fornecedor, para não perder a causa, demonstrar o contrário, ou seja, que os fatos não ocorreram como alegado pelo consumidor na ação.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito ao serviço público eficaz**
- É direito básico do consumidor ter acesso a um serviço público adequado e eficaz, de acordo com o art. 6º, X, do CDC. Neste aspecto, a Lei nº 8.078/90 reforça o disposto na Constituição Federal que, em diversas passagens, ressalta a necessidade de eficiência dos serviços públicos.
- O direito pátrio preocupou-se em distinguir duas espécies de serviços a depender do seu caráter de essencialidade e de necessidade sendo indispensáveis à sobrevivência da sociedade e do próprio Estado: próprios e impróprios.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Direito ao serviço público eficaz**
- Os serviços públicos próprios aproximam-se das atribuições diretamente prestadas pelo Poder Público, de regra são gratuitos ou de remuneração simbólica, não se admitindo à delegação a terceiros.
- Por sua vez, os serviços públicos impróprios têm por escopo satisfazer interesses dos membros da coletividade e são em regra onerosos, mediante pagamento realizado pelos usuários, aceitando prestação dos serviços pelos entes públicos descentralizados ou por particulares (concessionários, permissionários e autorizatários).

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- Os serviços públicos próprios não podem ser enquadrados como serviços de consumo, pois não são pagos diretamente pelo cidadão, mas sim custeados pelos tributos arrecadados pelo Estado. Nesse sentido a doutrina e a jurisprudência predominante entende que não é admissível admitir o prestador desse serviço como fornecedor, por lhe faltar os atributos da profissionalidade e onerosidade da atividade.
- Os serviços públicos impróprios são classificados na categoria de serviço de consumo, pois podem ser prestados por órgãos da administração pública indireta ou, modernamente, por delegação, como previsto na CF (art. 175). São regulados pela Lei nº 8.987/95, que dispõe sobre a concessão e a permissão dos serviços públicos. Assim, os serviços prestados pela administração indireta, inclusive os prestados pelos delegatários e que são remunerados por tarifa, são regidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

Direitos Básicos do Direito do Consumidor

- **Cláusula de abertura dos direitos fundamentais do consumidor:**
- Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.
- Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.



Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL AgRg no REsp 1422547 RS 2013/0397031-5 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 14/03/2014**
- Ementa: AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL. CONTRATO BANCÁRIO. INCIDÊNCIA DO CDC . POSSIBILIDADE. MITIGAÇÃO DO PRINCÍPIO PACTA SUNT SERVANDA. COMISSÃO DE PERMANÊNCIA. INVIABILIDADE DE CUMULAÇÃO COM OS DEMAIS ENCARGOS MORATÓRIOS. AGRAVO NÃO PROVIDO. 1. No pertinente à revisão das cláusulas contratuais, a legislação consumerista, aplicável à espécie, permite a manifestação acerca da existência de eventuais cláusulas abusivas, o que acaba por relativizar o princípio do pacta sunt servanda. Precedentes. 2. "A importância cobrada a título de comissão de permanência não poderá ultrapassar a soma dos encargos remuneratórios e moratórios previstos no contrato, ou seja: a) juros remuneratórios à taxa média de mercado, não podendo ultrapassar o percentual contratado para o período de normalidade da operação; b) juros moratórios até o limite de 12% ao ano; e c) multa contratual limitada a 2% do valor da prestação, nos termos do art. 52, § 1º, do CDC". (REsp nº 1.058.114/RS e REsp nº 1.063.343/RS, Segunda Seção, Rel. p/ acórdão o Min. João Otávio de Noronha, DJe de 16/11/2010). 3. Agravo regimental a que se nega provimento.

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL AgRg no AREsp 192783 RN 2012/0128426-4 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 14/03/2013**
- Ementa: AGRAVO REGIMENTAL. AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. CDC . CONTRATOSBANCÁRIOS. VIOLAÇÃO AO PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. RECONHECIMENTO.IMPOSSIBILIDADE DE REINTERPRETAÇÃO DE CLÁUSULAS CONTRATUAIS EREEXAME DE PROVAS. INCIDÊNCIA DAS SÚMULAS 5 E 7 DESTA CORTE. 1. O Tribunal de origem, com base nos fatos e provas dos autos e exame das cláusulas contratuais, concluiu pela não violação do princípio da transparência previsto no CDC . O acolhimento das razões de recurso, na forma pretendida, demandaria a reinterpretação de cláusulas contratuais e o reexame de matéria fática. Incidência do sverbetes 5 e 7 da Súmula desta Corte. 2. Agravo regimental a que se nega provimento.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Agravo de Instrumento-Cv AI 10105130398636001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 04/09/2014**
- Ementa: AGRAVO DE INSTRUMENTO - AÇÃO DE REVISÃO DE BENEFÍCIO - RELAÇÃO DE CONSUMO CONFIGURADA - INCIDÊNCIA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR - COMPETÊNCIA - FORO DO DOMICÍLIO DO CONSUMIDOR -PRINCÍPIO DA FACILITAÇÃO DA DEFESA DO CONSUMIDOR - INTELIGÊNCIA DO ART. 6º , INCISO VIII DO CDC - MANUTENÇÃO DA DECISÃO. Restando configurada a relação de consumo entre as partes, devem incidir sobre o caso as normas do CDC , uma vez que essas regras especiais prevalecem sobre as regras gerais do CPC. Sendo o consumidor parte hipossuficiente na relação, o foro competente para o processamento da demanda é o da comarca onde este tem domicílio, de modo a respeitar o princípio da facilitação da defesa do consumidor, consubstanciado no art. 6º , inciso VIII do CDC .

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RJ - APELACAO APL 00104830320118190066 RJ 0010483-03.2011.8.19.0066 \(TJ-RJ\)](#)
- **Data de publicação: 28/11/2013**
- Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. SERVIÇO DE TELEFONIA. CONTRATAÇÃO DE SEIS LINHAS TELEFÔNICAS NA MODALIDADE PÓS-PAGO. FATURAS EM VALORES SUPERIORES AO CONTRATADO. RESTRIÇÃO CADASTRAL INDEVIDA. FALHA NO SERVIÇO. BOA-FÉ OBJETIVA.DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR. PROTEÇÃO CONTRA A PUBLICIDADE ENGANOSA. MÉTODO COMERCIAL DESLEAL. INTELIGÊNCIA DO ART. 6º , IV , DO CDC . DANO MORAL CONFIGURADO. A oferta de bens ou serviços de consumo vincula as partes que dela participaram. Todos os termos da proposta que garantem à pessoa jurídica tarifas diferenciadas, com menor custo de ligação, aparelhos gratuitos e linhas promocionais, obrigam o fornecedor de serviços que a fizer veicular (CDC , 30). O ilícito contratual da cobrança excessiva pelo serviço prestado, que culmina na abusiva restrição cadastral dos dados do consumidor gera a obrigação de indenizar por danos morais. A indevida negativação é hábil a vulnerar a honra objetiva da pessoa jurídica, com reflexos na reputação, no bom nome e no seu acesso ao crédito. Danos morais reconhecidos. Indenização cabível. Conhecimento e provimento do recurso.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RJ - APELACAO APL 00014349320118190079 RJ 0001434-93.2011.8.19.0079 \(TJ-RJ\)](#)
- **Data de publicação: 02/04/2014**
- EMENTA: APELAÇÃO. AÇÃO INDENIZATÓRIA POR DANOS MORAIS E MATERIAIS. PRODUTO NÃO ENTREGUE. PROCEDÊNCIA PARCIAL DOS PEDIDOS. EVIDENTE FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO POR DESCUMPRIMENTO DO CONTRATO. . PARTE RÉ QUE NÃO SE DESINCUMBIU DO ÔNUS DE CONSTITUIR PROVA DO ALEGADO. NÃO COMPROVAÇÃO DE FATO IMPEDITIVO, MODIFICATIVO OU EXTINTIVO DO DIREITO AUTURAL . AFRONTA AOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR CONTIDOS NO ART. 6º , INCISOS III , VI E X , DO CDC . VERBA COMPENSATÓRIA ARBITRADA EM CONSONÂNCIA COM OS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E DA VEDAÇÃO AO ENRIQUECIMENTO SEM CAUSA. JUROS LEGAIS DESDE A CITAÇÃO. RELAÇÃO CONTRATUAL. ARTIGO 219 DO CPC C/C 405 DO CÓDIGO CIVIL . NEGO SEGUIMENTO AO RECURSO DO RÉU, NA FORMA DO ARTIGO 557 , CAPUT, DO CPC . QUANTO AO RECURSO DA AUTORA, DOU PARCIAL PROVIMENTO, REFORMANDO A SENTENÇA EM PARTE, PARA FIXAR A INCIDÊNCIA DOS JUROS MORATÓRIOS EM 1% AO MÊS DESDE A CITAÇÃO.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-SP - Apelação APL 00004507120108260428 SP 0000450-71.2010.8.26.0428 \(TJ-SP\)](#)
- **Data de publicação: 30/09/2013**
- Ementa: DIREITO CIVIL - SERVIÇOS DE TELEFONIA COBRANÇA INDEVIDA DE TARIFAS NEGATIVAÇÃO INDEVIDA - INDENIZAÇÃO DANOS MORAIS. A cobrança indevida de dívida com inscrição do nome do consumidor no serviço de proteção ao crédito, por ofender direitos básicos do consumidor, gera direito à indenização por danos morais. Ação declaratória de inexistência de débito cumulada com indenização por danos morais procedente e recurso provido parcialmente apenas para redução da verba indenizatória.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

A regra geral prevista no Código Civil é a responsabilidade subjetiva, aquela que depende da comprovação da culpa do agente. O CDC adotou como regra geral a responsabilidade objetiva, aquela que independe prova de culpa do agente. O art. 6º, VII, do CDC prevê a possibilidade de reparação dos danos materiais e morais.

São elementos essenciais da responsabilidade objetiva:

- a) Atividade de risco;
- b) Nexo Causal;
- c) Dano .

A responsabilidade objetiva do CDC repousa na Teoria do Risco da Atividade.

Responsabilidade nas Relações de Consumo

A responsabilidade objetiva implica que a reparação do dano se funda no dano causado e na sua correlação com a atividade desenvolvida pelo fornecedor, independentemente de culpa (negligência, imprudência e imperícia)

A obrigação de reparar surge da existência de um dano e da relação de causalidade com determinada atividade.

Regra geral: Responsabilidade Objetiva (arts. 12 e 14)

Exceção: Profissional Liberal – Responsabilidade Subjetiva (parágrafo quarto do art. 14)



Responsabilidade nas Relações de Consumo

■ Responsabilidade Civil por Fato do Produto ou do Serviço

O CDC tutela os direitos à saúde, vida e segurança dos consumidores nos artigos 6º, 8º e 9º do diploma legal.

A responsabilidade pelo fato do produto e o do serviço estão referidos nos artigos 12 e 14 do CDC, respectivamente, e também são chamados de **ACIDENTE DE CONSUMO**.

Quando o consumidor é afetado em sua saúde, integridade corporal, física ou psicológica, bem como tem diminuído seu patrimônio em face de produtos ou serviços defeituosos, fala-se na existência de acidente de consumo.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

■ Responsabilidade Objetiva por Acidente de Consumo

Art. 12, CDC: O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Art. 14, CDC: O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Defeito:

A noção de defeito baseia-se na idéia de legítima expectativa de segurança.

Os defeitos dos produtos podem ser de criação, de produção ou de comercialização (informação).

O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor pode dele esperar

Necessidade de avaliação concreta (arts. 12 e 14, parágrafo primeiro)

Avanço da técnica (arts. 12 e 14, parágrafo segundo)



Responsabilidade nas Relações de Consumo

■ Responsabilidade do Comerciante

A responsabilidade do comerciante é, em regra, **subsidiária**, pois decorre do fato de que o fabricante e o produtor figuram como os verdadeiros introdutores do risco no mercado de consumo.

O comerciante será igualmente responsável, de modo **solidário**, nas hipóteses do art. 13 do CDC:

- I – quando o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II – quando não houver no produto identificação clara do fabricante, produtor, construtor ou importador;
- III – quando o comerciante não conservar adequadamente os produtos perecíveis. (açougues, restaurantes e quitandas).



Responsabilidade nas Relações de Consumo

- **Excludentes da Responsabilidade por Fato do Produto (Art. 12, § 3º Do CDC)**

O fabricante, o produtor, o construtor e o importador só não respondem pelo fato do produto se provar:

I – que não colocaram o produto no mercado (por exemplo, furto ou roubo do produto estocado ou produto falsificado);

II – que, muito embora o produto tenha sido colocado no mercado, o defeito inexiste: o produto foi colocado perfeito no mercado;

III – que ocorreu culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Culpa Exclusiva x Culpa Concorrente

Na culpa concorrente, o dano decorre do defeito e, parcialmente, da conduta do consumidor (por exemplo, afogamento em piscina de hotel). Polêmica sobre diminuição do valor da indenização.

CULPA EXCLUSIVA DO CONSUMIDOR	CULPA CONCORRENTE
O consumidor é o único responsável pela ocorrência do dano, não tendo o fornecedor colaborado, de forma alguma, na configuração deste.	Neste caso, tanto o fornecedor, ainda que através de seus prepostos, quanto o consumidor concorreram para a ocorrência do dano.
É excludente de responsabilidade pelo CDC	Não se trata de excludente de responsabilidade



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Excludentes da Responsabilidade por Fato do Produto (Art. 12, § 3º Do CDC)

O conceito de terceiro:

Entende-se por terceiro, no caso da culpa exclusiva de terceiro, aquela pessoa completamente estranha ao ciclo de produção (que começa com a fabricação do produto ou a concepção do serviço e termina com o escoamento dos produtos ou com a prestação dos serviços) ou à relação de consumo.

Se a pessoa causadora do dano, todavia, pertencer ao ciclo de produção, não pode ser invocada a sua condição de terceiro, pois o fornecedor é responsável por seus prepostos nos termos do art. 34 do CDC.

Exemplo de hipótese de excludente da responsabilidade por culpa exclusiva de terceiro: o carro apresenta um problema no freio, mas, na verdade, quem causou o acidente foi o outro motorista, que havia ultrapassado o sinal vermelho.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Excludentes da Responsabilidade por Fato do Serviço (Art. 14, § 3º Do CDC):

I – inexistência do defeito do serviço

II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

O dever de chamamento do fornecedor (***recall***) está consagrado no art. 10 do CDC.

A proteção das **vítimas** do acidente de consumo está prevista no art. 17.

O **caso fortuito** e a **força maior** não configuram excludentes de responsabilidade do fato do produto, visto que são absorvidos pelo risco da atividade do fornecedor.

O **prazo** para indenização por fato do produto e do serviço está no art. 27 do CDC.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Responsabilidade por Vício do Produto ou do Serviço

A responsabilidade por vícios do produto e do serviço está prevista nos artigos 18 a 25 do CDC.

Os produtos e serviços devem ser adequados aos fins que se destinam e atender às justas expectativas do fornecedor. (por exemplo, o celular deve efetuar chamadas e a colocação do telhado deve impedir a entrada da chuva).

Além de estabelecer a solidariedade de todos os fornecedores da cadeia produtiva, também previu a responsabilidade objetiva.





Responsabilidade nas Relações de Consumo

■ Responsabilidade por Vício do Produto

A responsabilidade por vício do produto encontra-se prevista pelo art. 18 do Código de Defesa do Consumidor. Trata-se de um princípio de garantia que guarda similaridade com os vícios redibitórios. Os vícios redibitórios são defeitos ocultos da coisa que ocasionam, quando descobertos, à rescisão contratual, com a consequente restituição da coisa defeituosa e o abatimento do preço. De outro lado, os vícios de qualidade ou quantidade dos produtos ou serviços podem ser ocultos ou aparentes, e contam com mecanismos reparatórios muito mais abrangentes e satisfatórios do que aqueles.

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Espécies de Vício do Produto

a) Vícios de qualidade do produto (art. 18 do CDC)

Tornam o produto impróprio ao consumo a que se destina;

Tornam o produto inadequado ao consumo a que se destina;

Diminuem o valor do produto;

Estejam em desacordo com o contido:

I – no recipiente ou na embalagem (lata, pote, garrafa, caixa, saco);

II – no rótulo (informação estampada no recipiente ou na embalagem);

III – na publicidade;

IV – na apresentação (balcão, vitrine, prateleira);

V – na oferta ou na informação (folheto, contrato, informação verbal).



Responsabilidade nas Relações de Consumo

b) Vícios de Quantidade do Produto (art.19 do CDC)

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

III - a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

b) Vícios de Quantidade do Produto (art.19 do CDC)

Haverá vício de quantidade quando o consumidor pagar o preço maior do que aquele correspondente à quantidade ou metragem do produto que lhe foi oferecido.

Existe também vício de quantidade quando o produto é pesado juntamente com a embalagem, sem o desconto devido.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Produto *In Natura* (art. 18, parágrafo quinto, do CDC)

A responsabilidade do comerciante imediato por eventuais vícios de qualidade do produto *in natura* se justifica porque este corre o risco de deteriorar-se nas prateleiras em função do acondicionamento insatisfatório ou de alteração da embalagem.

Ressalva-se a responsabilidade exclusiva do produtor, quando ele puder ser identificado e desde que o fornecedor imediato demonstre que o produtor deu causa ao perecimento do produto.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Alternativas oferecidas pelo CDC ao Consumidor na hipótese de Vício do Produto

Em caso vício do produto, o consumidor pode exigir a substituição das partes viciadas. Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha: substituição do produto; restituição da quantia paga; ou o abatimento do preço, de acordo com o parágrafo primeiro do art. 18, do CDC

Entretanto, o consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas acima relacionadas, sem esperar o prazo de 30 dias, sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial, conforme o parágrafo terceiro do art. 18, do CDC.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Alternativas oferecidas pelo CDC ao Consumidor na hipótese de Vício do Produto

As partes poderão convencionar a redução ou ampliação do prazo de 30 dias para substituição das partes viciadas do produto, sendo que não poderá a alteração de prazo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

Caso o consumidor faça a escolha pela substituição do produto e não seja possível, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do consumidor optar pelo disposto nos incisos II e III do § 1º do artigo 18 do CDC.



Responsabilidade nas Relações de Consumo

Responsabilidade Civil por Vícios do Serviço

O vício do serviço está contemplado no art. 20 do CDC, que pressupõe a existência de uma característica no serviço, que o torne impróprio ou inadequado ao consumo ou, ainda, que venha a diminuir-lhe o valor. Verifica-se aqui também a responsabilidade **objetiva e solidária** entre os fornecedores diretos e indiretos

Em caso de vício na prestação de serviço, o consumidor pode exigir alternadamente e a sua escolha: a reexecução dos serviços; a restituição da quantia paga; ou o abatimento proporcional do preço, conforme preceitua o art. 20 do CDC:

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.



Garantias nas Relações de Consumo

Garantia Legal

Trata-se da garantia prevista em Lei, ou seja, no Código de Defesa do Consumidor. Impõe um dever jurídico que independe de termo expresso. Todos os produtos vendidos têm garantia legal, independente do fornecedor ou fabricante informarem, sendo imperativa, obrigatória, total, incondicional e inegociável. Por ser um dispositivo de ordem pública, seu descumprimento ocasiona nulidade das cláusulas pactuadas.

O prazo da garantia legal para os bens duráveis é de 90 dias e para os bens não duráveis 30 dias, contados do efetivo recebimento do produto ou do término da execução do serviço prestado. Tais prazos são decadenciais.

O CDC estipula no artigo 24 que “a garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor”. A norma em comento tutela a legítima confiança depositada pelo consumidor na adequação do produto ou serviço.



Garantias nas Relações de Consumo

Garantia Contratual:

Trata-se de acordada entre o consumidor e o fornecedor, independente da garantia legal. A garantia contratual não é, contudo, obrigatória, resultando de decisão do fornecedor que se obriga ao reparo ou troca do bem sem custo para o consumidor.

A garantia contratual é complementar e deve vir expressa num termo de garantia (art. 50 do CDC).

A prática disseminada da garantia estendida e a violação aos direitos consumeristas.



Garantias nas Relações de Consumo

■ Garantia Legal X Garantia Contratual

GARANTIA LEGAL	GARANTIA CONTRATUAL
Prevista em lei, obrigação ex legis Art. 24, CDC	Prevista em contrato – termo de garantia Art. 50, CDC
Garantia obrigatória e inegociável	Garantia facultativa e negociada
Garantia é total do produto ou serviço	Garantia pode ser parcial
E incondicionada	E condicionada às instruções de uso
Prazos: art. 26, CDC Produtos/serviços não duráveis: 30 dias Produtos/serviços duráveis: 90 dias	Prazo: art. 50 e parágrafo único do CPC O prazo de garantia será convencionado entre as partes contratantes.



Prescrição e Decadência

Prescrição:

Trata-se de causa extintiva da pretensão do direito material pela ausência de exercício no prazo fixado por lei.

Decadência :

Trata-se de causa extintiva de direito material pela falta de exercício no prazo estipulado pela lei.



Prescrição e Decadência no CDC

a) Decadência no CDC (art. 26)

Para o CDC, o direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em **trinta dias**, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis (por exemplo, alimentos) ” e em “**noventa dias**, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis (por exemplo, eletrodomésticos). Em se tratando de vício aparente, o termo inicial deste prazo coincide com a efetiva entrega do produto ou com o término da execução dos serviços.

Porém, caso haja um vício oculto, percebido após algum tempo de utilização do produto, o termo inicial será contado a partir do momento em que ficar evidenciado o defeito (art. 26, CDC). A doutrina e a jurisprudência utilizam-se do critério da vida útil, baseado na experiência comum e na durabilidade natural do bem.

Os prazos decadenciais obstam com a “reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca” e pela “instauração de inquérito civil, até seu encerramento”.



Prescrição e Decadência no CDC

b) Prescrição no CDC.

O CDC prescreve que “prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria” (art. 27, CDC).



Prescrição e Decadência no CDC

PRESCRIÇÃO – CDC	DECADÊNCIA – CDC
Fato do produto ou do serviço Acidente de consumo	Vício do produto ou Vício do serviço
Prazo para exercer a pretensão à reparação de danos causados ao consumidor é de 5 anos	Prazos para reclamar: Bens não duráveis - 30 dias Bens duráveis - 90 dias
Termo inicial do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.	O termo inicial do prazo: Vício aparente: da efetiva entrega do produto ou do término da execução dos serviços. Vício oculto: do momento em que ficar evidenciado o defeito.



Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10236100024264001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 19/07/2013**
- **Ementa:** DIREITO CIVIL E DO CONSUMIDOR - INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS - **RESPONSABILIDADE - FORNECEDOR** DE SERVIÇOS - QUANTUM INDENIZATÓRIO - CRITÉRIOS DA PROPORCIONALIDADE E DA RAZOABILIDADE. RESTITUIÇÃO EM DOBRO DO INDÉBITO. A responsabilização civil do **fornecedorde** serviços prescinde da comprovação da sua culpa na causação do dano ao consumidor, mas não dispensa a existência do nexu causal entre a conduta lesiva e o dano. O quantum indenizatório de dano moral deve ser fixado em termos razoáveis, para não ensejar a idéia de enriquecimento indevido da vítima e nem empobrecimento injusto do agente, devendo dar-se com moderação, proporcional ao grau de culpa, às circunstâncias em que se encontra o ofendido e a capacidade econômica do ofensor. REPETIÇÃO DE INDÉBITO - PAGAMENTO EM DOBRO - AUSÊNCIA DE DOLO - INDEFERIMENTO. Somente deve ser deferido pedido de restituição em dobro de quantias pagas por consumidor se constatado o manifesto intento do banco na cobrança de encargos abusivos, o que não se configura pela simples exigência, apesar de equivocada, das parcelas estabelecidas em contrato. v.v Evidenciada a ilegalidade dos descontos realizados sem a disponibilização do crédito como contraprestação tem-se que o consumidor tem direito à restituição em dobro daquilo que indevidamente pagou - inteligência do parágrafo único do art. 42 do Código de Defesa do Consumidor . DERAM PARCIAL PROVIMENTO AO RECURSO, VENCIDO PARCIALMENTE O RELATOR.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10024077952398003 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 05/04/2013**
- **Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL - DANOS MATERIAIS - DEFEITO EXISTENTE -**RESPONSABILIDADE - FORNECEDOR** - CULPA EXCLUSIVA DO CONSUMIDOR OU DE TERCEIRO - COMPROVAÇÃO - ÔNUS DO **FORNECEDOR** - RELAÇÃO DE CONSUMO - DIVERSOS PRESTADORES - SOLIDARIEDADE - NOMEAÇÃO À AUTORIA - DESCABIMENTO. - Comprovado o defeito no serviço, aquele que o prestou é objetivamente responsável pela reparação dos danos causados ao consumidor, somente se eximindo caso demonstre culpa exclusiva deste ou de terceiro. - São solidariamente responsáveis pela reparação dos danos todos aqueles que, de alguma forma, fizeram parte da relação de consumo, contribuindo para a ocorrência do dano ao consumidor. - A nomeação à autoria somente é cabível caso exista relação de simples dependência entre nomeante e nomeado, como ocorre entre detentor e proprietário do bem ou entre aquele que recebeu ordens ou instruções, que não poderia deixar de atender, e quem as forneceu. - Recurso não provido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10145095625508001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 10/12/2013**
- **Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL - DANO MORAL - **RESPONSABILIDADE OBJETIVADO FORNECEDOR DO PRODUTO.** Ao influxo do art. 12 , da lei 8.078 /90, a **responsabilidade** do fabricante é **objetiva** quando, v.g., se encontram agentes nocivos à saúde no interior de invólucro de produto de sua fabricação. O dano moral deflui da quebra de confiança em marca notória no ramo de alimentos e do inafastável sentimento de vulnerabilidade e impotência do consumidor que se vê diante da possibilidade de ter-se utilizado de produto inadequado ao consumo. O nexo de causalidade se evidencia entre a lesão e a utilização de produto defeituoso.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10071130011001001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 01/08/2014**
- **Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL - AÇÃO ORDINÁRIA - CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE TELEFONIA - FRAUDE - **RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR**- DANO MORAL - OCORRÊNCIA - QUANTUM - SENTENÇA PARCIALMENTE REFORMADA - RECURSO PROVIDO. - Como a prestação de serviço de telefonia encerra relação de consumo, aplicável é o Código de Defesa do Consumidor ao consumidor que, ainda não tenha contratado diretamente com a parte ré, foi exposto às suas práticas (bystander). - O **fornecedor** de produtos e serviços responde objetivamente pelos danos decorrentes da falha no serviço, devendo ressarcir o ofendido. - Na fixação do quantum devido a título de danos morais, o Julgador deve pautar-se pelo bom senso, moderação e prudência, sem perder de vista que, por um lado, a indenização deve ser a mais completa possível e, por outro, ela não pode se tornar fonte de lucro. - O STJ já sedimentou o entendimento de que os juros moratórios, nos casos de **responsabilidade** extracontratual, devem incidir a partir do evento danoso. (DES. VICENTE DE OLIVEIRA SILVA)

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 1155770 PB 2009/0191889-4 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 09/03/2012**
- Ementa: CONSUMIDOR. RECURSO ESPECIAL. AÇÃO DE REPARAÇÃO POR DANOS MATERIAIS DE COMPENSAÇÃO POR DANOS MORAIS. OCORRÊNCIA DE SAQUES INDEVIDOS DENÚMÉRARIO DEPOSITADO EM CONTA POUPANÇA. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA. ART. 6º , VIII , DO CDC . POSSIBILIDADE. HIPOSSUFICIÊNCIA TÉCNICA RECONHECIDA. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR DE SERVIÇOS. ART. 14 DO CDC . 1. Trata-se de debate referente ao ônus de provar a autoria de saque em conta bancária, efetuado mediante cartão magnético, quando o correntista, apesar de deter a guarda do cartão, nega a autoria dos saques. 2. O art. 6º , VIII , do CDC , com vistas a garantir o pleno exercício do direito de defesa do consumidor, estabelece que a inversão do ônus da prova será deferida quando a alegação por ele apresentada seja verossímil ou quando for constatada a sua hipossuficiência. 3. Reconhecida a hipossuficiência técnica do consumidor, em ação que versa sobre a realização de saques não autorizados em contas bancárias, mostra-se imperiosa a inversão do ônus probatório. 4. Considerando a possibilidade de violação do sistema eletrônico tratándose de sistema próprio das instituições financeiras, retirada de numerário da conta bancária do cliente, não reconhecida por esse, acarreta o reconhecimento da responsabilidade objetiva do fornecedor do serviço, somente passível de ser ilidida nas hipóteses do § 3º do art. 14 do CDC . 5. Recurso especial não provido.

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 1118302 SC 2009/0082309-1 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 14/10/2009**
- Ementa: ADMINISTRATIVO – REGULAÇÃO – PODER DE POLÍCIA ADMINISTRATIVA – FISCALIZAÇÃO DE RELAÇÃO DE CONSUMO – INMETRO – COMPETÊNCIA RELACIONADA A ASPECTOS DE CONFORMIDADE E METROLOGIA – DEVERES DE INFORMAÇÃO E DE TRANSPARÊNCIA QUANTITATIVA – VIOLAÇÃO – AUTUAÇÃO – ILÍCITO ADMINISTRATIVO DE CONSUMO – RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DOS FORNECEDORES – POSSIBILIDADE. 1. A Constituição Federal /88 elegeu a defesa do consumidor como fundamento da ordem econômica pátria, inciso V do art. 170 , possibilitando, assim, a criação de autarquias regulatórias como o INMETRO, com competência fiscalizatória das relações de consumo sob aspectos de conformidade e metrologia. 2. As violações a deveres de informação e de transparência quantitativa representam também ilícitos administrativos de consumo que podem ser sancionados pela autarquia em tela. 3. A responsabilidade civil nos ilícitos administrativos de consumo tem a mesma natureza ontológica da responsabilidade civil na relação jurídica base de consumo. Logo, é, por disposição legal, solidária. 4. O argumento do comerciante de que não fabricou o produto e de que o fabricante foi identificado não afasta a sua responsabilidade administrativa, pois não incide, in casu, o § 5º do art. 18 do CDC . Recurso especial provido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70054806609 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 23/07/2013**
- Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO DO CONSUMIDOR. APARELHO CELULAR. DANOS MORAIS E MATERIAIS. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA. LEGITIMIDADE PASSIVA. Tanto o fabricante como o fornecedor respondem pelos defeitos do produto, consoante dispõe o artigo 18 do CDC . Trata-se o caso de vício do produto, na qual se encontram responsabilizados os fabricantes e fornecedores que respondem pelo ressarcimento dos vícios, como coobrigados e solidariamente. Portanto, legitimado para a ação ambos os demandados. NEGARAM PROVIMENTO AOS APELOS DOS RÉUS. UNÂNIME. (Apelação Cível Nº 70054806609, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Rubem Duarte, Julgado em 10/07/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70054991526 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 31/07/2013**
- Ementa: RESPONSABILIDADE CIVIL. VÍCIO DE QUALIDADE DO PRODUTO. COMPRA DE COMPUTADOR QUE NÃO FUNCIONOU. LEGITIMIDADE PASSIVA. INTERESSE PROCESSUAL. INDENIZAÇÃO. O direito de ação do jurisdicionado deve ser preservado. A Constituição Federal no art. 5º , XXXV , erigiu como direito fundamental o acesso à justiça, o direito de ação, consubstanciado no princípio da inafastabilidade da apreciação jurisdicional. Em se tratando de responsabilidade por vício de qualidade do produto, todos os fornecedores respondem pelo ressarcimento dos vícios, como coobrigados e solidariamente. Tanto o fabricante como o comerciante possuem deveres perante o consumidor quanto à garantia de qualidade dos produtos, e ambos podem ser acionados judicialmente. Prequestionamento. Negativa de seguimento à apelação. (Apelação Cível Nº 70054991526, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Marcelo Cezar Muller, Julgado em 24/07/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70056560402 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 22/01/2014**
- Ementa: RESPONSABILIDADE CIVIL. VÍCIO DE QUALIDADE DO PRODUTO. PRESENÇA DE LARVA EM CHOCOLATE. DANOS MORAIS. Em se tratando de responsabilidade por vício de qualidade do produto, todos os fornecedores respondem pelo ressarcimento dos vícios, como coobrigados e solidariamente. Tanto o fabricante como o comerciante possuem deveres perante o consumidor quanto à garantia de qualidade dos produtos, e ambos podem ser acionados judicialmente. Produto ingerido pelo autor que se encontrava contaminado com larvas. Caso em que configurado o acidente de consumo em decorrência de vício de qualidade. O ato praticado contra a dignidade da pessoa deve ser reparado. O dano moral deve ser estabelecido com razoabilidade, de modo a servir de lenitivo ao sofrimento da vítima. Reduzido o valor da indenização. Agravo retido rejeitado. Apelação parcialmente provida. (Apelação Cível Nº 70056560402, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Marcelo Cezar Muller, Julgado em 28/11/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71004161097 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 18/03/2013**
- Ementa: RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. RECAPAGEM DE PNEUS DE CAMINHÃO. VÍCIO DO SERVIÇO NÃO CARACTERIZADO. UTILIZAÇÃO DE PNEUS EM ARO DE RODA DIVERSO DO RECOMENDADO QUE GEROU DESGASTE PREMATURO. CULPA EXCLUSIVA DO AUTOR EVIDENCIADA. EXCLUSÃO DE RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR. O autor afirma que um dos pneus, após o caminhão rodar aproximadamente 250 km, soltou a recapagem, e o outro apresentou bolhas na lateral, requerendo, assim, a restituição do valor pago pelo serviço executado. A prova produzida, inclusive pela inspeção judicial promovida pela juíza leiga, demonstrou que o autor utilizava pneus sem câmara de ar em aro de roda diverso do recomendado, situação que gerou o desgaste prematuro da recapagem. Ademais, houve o "corte da unha do talão", a pedido do autor, que ficou ciente da perda da garantia do serviço, conforme depoimento da testemunha da ré. Configurada a culpa exclusiva do autor, na forma do art. 14 , par.3º, II, do CDC , resta afastada a responsabilidade do fornecedor. Sentença mantida por seus próprios fundamentos, nos termos do art. 46 da Lei nº 9.099 /95. RECURSO DESPROVIDO. (Recurso Cível Nº 71004161097, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Alexandre de Souza Costa Pacheco, Julgado em 13/03/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-SP - Apelação APL 91901540720098260000 SP 9190154-07.2009.8.26.0000 \(TJ-SP\)](#)
- **Data de publicação: 09/03/2013**
- Ementa: CULPA EXCLUSIVA DE TERCEIRO Contrato de transporte de pessoas Assalto a veículo de transporte coletivo Lesões corporais a passageiro Danos causados por culpa exclusiva de terceiro Hipótese de exclusão da responsabilidade do fornecedor do serviço Inteligência do artigo 14 , § 3º do CDC : A empresa de transporte de pessoas não pode ser pessoalmente responsabilizada pelos danos causados a seu passageiro por assaltantes, quando os prejuízos advierem de culpa exclusiva de terceiro, haja vista que, nos termos do artigo 14 , § 3º do CDC , há exclusão da responsabilidade do fornecedor do serviço em tal situação. RECURSO NÃO PROVIDO.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71004308490 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 17/10/2013**
- Ementa: CONSUMIDOR. VICIO DO PRODUTO. DECADÊNCIA RECONHECIDA. Reconhecendo a autora que após a devolução do produto pela assistência técnica, seguiu o mesmo apresentado defeito, inicia-se novamente a contagem do prazo decadencial, que restou implementado até o ajuizamento. Sentença mantida, ainda que por fundamento diverso. RECURSO DESPROVIDO. UNÂNIME. (Recurso Cível Nº 71004308490, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Pedro Luiz Pozza, Julgado em 15/10/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71004055018 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 27/06/2013**
- Ementa: CONSUMIDOR. VICIO DO PRODUTO. DECADÊNCIA RECONHECIDA. Reconhecendo a autora a negativa da ré em solucionar o seu problema (gavetas estragadas no roupeiro), inicia-se a contagem do prazo decadencial, impondo-se o reconhecimento de sua total fluência no caso dos autos. Sentença mantida. RECURSO DESPROVIDO. (Recurso Cível Nº 71004055018, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Pedro Luiz Pozza, Julgado em 25/06/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71005014675 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 27/08/2014**
- Ementa: RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. VICIO DO PRODUTO. PRETENSÃO DE CANCELAMENTO DA COMPRA. PROVA. ÔNUS. SENTENÇA MANTIDA. Pretendendo a autora o exercício do direito previsto no art. 18, §1º, II do CDC deve comprovar ter solicitado o conserto pela assistência técnica, ou ainda, a sua impossibilidade. Caso concreto em que a requerida nega tenha recebido reclamação, não logrando a autora comprovar sua afirmação. NEGADO SEGUIMENTO AO RECURSO. (Recurso Cível Nº 71005014675, Primeira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Pedro Luiz Pozza, Julgado em 26/08/2014)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelação Cível APL 598997620088070001 DF 0059899-76.2008.807.0001 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 19/05/2011**
- Ementa: GARANTIA CONTRATUAL - DEFEITOS APRESENTADOS EM CURTO PRAZO - PERDAS E DANOS E DANOS MORAIS DEVIDOS. 1) DEVE-SE CONDENAR POR PERDAS E DANOS NA HIPÓTESE DE O VEÍCULO ADQUIRIDO APRESENTAR DEFEITOS EM PRAZO COBERTO PELA GARANTIA, NÃO DECORRENTES DO DESGASTE NATURAL DAS PEÇAS OU USO INADEQUADO DO COMPRADOR. 2) CABÍVEL CONDENÇÃO POR DANOS MORAIS QUANDO HÁ OFENSA AO PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA E DA CONFIANÇA, CONSISTENTE NA ENTREGA DE BEM DEFEITUOSO AO CONSUMIDOR, ACRESCIDA DA MÁ PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS POR P ARTE DA REVENDEDORA DE CARROS. 3) RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71003584885 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 18/03/2013**
- Ementa: RECURSO INOMNADO. REPARAÇÃO DE DANOS. CONSUMIDOR. COMPRA E VENDA DE VEÍCULO USADO. VÍCIO DO SISTEMA DE CÂMBIO. NORMALIDADE DO RÚIDO NÃO COMPROVADA PELA RÉ, ÔNUS QUE LHE COMPETIA. IRRELEVÂNCIA DE O VEÍCULO SER USADO. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR DO PRODUTO PELOS VÍCIOS DE QUALIDADE NO PRAZO DA GARANTIA LEGAL. RECLAMAÇÃO COMPROVADA LOGO APÓS A RETIRADA DO VEÍCULO DA CONCESSIONÁRIA. DIREITO AO RECEBIMENTO DO VALOR NECESSÁRIO AO CONserto DO VEÍCULO, OBSERVADO O DO MENOR ORÇAMENTO. DESFAZIMENTO DO NEGÓCIO INVIÁVEL, CONSIDERANDO A POSSIBILIDADE DE CONserto DO AUTOMÓVEL E A AUSÊNCIA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA NO POLO PASSIVO. DANOS MORAIS NÃO CONFIGURADOS. DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL SEM QUALQUER REPERCUSSÃO NA ESFERA SUBJETIVA DA AUTORA. MERO DISSABOR DA VIDA COTIDIANA. RECURSO PARCIALMENTE DEVIDO. (Recurso Cível Nº 71003584885, Segunda Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Alexandre de Souza Costa Pacheco, Julgado em 13/03/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Recurso Cível 71003680824 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 16/07/2012**
- Ementa: RECURSO INOMINADO. CONSUMIDOR. VÍCIO DO PRODUTO. PRAZOS DE GARANTIA LEGAL E CONTRATUAL QUE SE SOMAM. INTELIGÊNCIA DO ARTIGO 50 DO CDC . PRECEDENTES DA TURMA. PRODUTO NÃO REPARADO NO PRAZO DO ARTIGO 18 , § 1º , DO CDC . AGRAVAMENTO DA CONDIÇÃO DE VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. "DESVIO PRODUTIVO DO CONSUMIDOR" PELO TEMPO DESPERDIÇADO. DANO EXTRA REM. DANOS MORAIS INDENIZÁVEIS. DIREITO À SUBSTITUIÇÃO DO PRODUTO OU À RESTITUIÇÃO DO PREÇO. DANOS MORAIS. RECURSO PROVIDO. (Recurso Cível Nº 71003680824, Terceira Turma Recursal Cível, Turmas Recursais, Relator: Fabio Vieira Heerdt).

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 967623 RJ 2007/0159609-6 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 29/06/2009**
- Ementa: CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE PELO FATO OU VÍCIO DO PRODUTO. DISTINÇÃO. DIREITO DE RECLAMAR. PRAZOS. VÍCIO DE ADEQUAÇÃO. PRAZO DECADENCIAL. DEFEITO DE SEGURANÇA. PRAZOPRESCRICIONAL. GARANTIA LEGAL E PRAZO DE RECLAMAÇÃO. DISTINÇÃO.GARANTIA CONTRATUAL. APLICAÇÃO, POR ANALOGIA, DOS PRAZOS DE RECLAMAÇÃO ATINENTES À GARANTIA LEGAL. - No sistema do CDC , a responsabilidade pela qualidade biparte-se na exigência de adequação e segurança, segundo o que razoavelmente se pode esperar dos produtos e serviços. Nesse contexto, fixa, de um lado, a responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço, que compreende os defeitos de segurança; e de outro, a responsabilidade por vício do produto ou do serviço, que abrange os vícios por inadequação. - Observada a classificação utilizada pelo CDC , um produto ou serviço apresentará vício de adequação sempre que não corresponder à legítima expectativa do consumidor quanto à sua utilização ou fruição, ou seja, quando a desconformidade do produto ou do serviço comprometer a sua prestabilidade. Outrossim, um produto ou serviço apresentará defeito de segurança quando, além de não corresponder à expectativa do consumidor, sua utilização ou fruição for capaz de adicionar riscos à sua incolumidade ou de terceiros. - O CDC apresenta duas regras distintas para regular o direito de reclamar, conforme se trate de vício de adequação ou defeito de segurança. Na primeira hipótese, os prazos para reclamação são decadenciais, nos termos do art. 26 do CDC , sendo de 30 (trinta) dias para produto ou serviço não durável e de 90 (noventa) dias para produto ou serviço durável. A pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou serviço vem regulada no art. 27 do CDC , prescrevendo em 05 (cinco) anos.

Jurisprudência Seleccionada

- A garantia legal é obrigatória, dela não podendo se esquivar o fornecedor. Paralelamente a ela, porém, pode o fornecedor oferecer uma garantia contratual, alargando o prazo ou o alcance da garantia legal. - A lei não fixa expressamente um prazo de garantia legal. O que há é prazo para reclamar contra o descumprimento dessa garantia, o qual, em se tratando de vício de adequação, está previsto no art. 26 do CDC, sendo de 90 (noventa) ou 30 (trinta) dias, conforme seja produto ou serviço durável ou não. - Diferentemente do que ocorre com a garantia legal contra vícios de adequação, cujos prazos de reclamação estão contidos no art. 26 do CDC, a lei não estabelece prazo de reclamação para a garantia contratual. Nessas condições, uma interpretação teleológica e sistemática do CDC permite integrar analogicamente a regra relativa à garantia contratual, estendendo-lhe os prazos de reclamação atinentes à garantia legal, ou seja, a partir do término da garantia contratual, o consumidor terá 30 (bens não duráveis) ou 90 (bens duráveis) dias para reclamar por vícios de adequação surgidos no decorrer do período desta garantia. Recurso especial conhecido e provido.



Das Práticas Comerciais - Oferta

Oferta é o ato de colocar em circulação um produto ou serviço no mercado.

Trata-se de uma declaração unilateral e caracteriza uma obrigação pré-contratual, que gera um vínculo com o fornecedor e proporciona ao consumidor a possibilidade de exigir o produto ou serviço ofertado.

A oferta é, portanto, obrigatória, pois tem força vinculante em relação ao ofertante e ao ofertado, devendo ser mantida por lapso temporal suficiente para a concretização do negócio.

Das Práticas Comerciais - Oferta

- **O CDC prevê os seguintes dispositivos:**
- 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. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.
- Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [\(Incluído pela Lei nº 11.989/2009\).](#)

Das Práticas Comerciais - Oferta

- Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.
- Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.
- Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.
- Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. [Incluído pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#).
-

Das Práticas Comerciais - Oferta

- Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.
- 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:
 - I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;
 - II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;
 - III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.



Das Práticas Comerciais - Publicidade

Convém rememorar que a proteção contra publicidade enganosa e abusiva é direito básico do consumidor (art. 6º, IV, do CDC) e os princípios da transparência e da boa-fé nas relações de consumo (art. 4º do CDC).

Após a década de 50, houve um aumento da intervenção dos meios de comunicação na sociedade massificada de consumo, com a progressiva sofisticação de técnicas publicitárias (agências especializadas, uso de atores e esportistas), para a formação de um *homo consumens*.

Os meios de comunicação são os instrumentos pelos quais a mensagem publicitária alcançará o público (e.g., jornal, revista, televisão, internet).

A publicidade, de cunho comercial, difere da propaganda, de cunho ideológico, político ou religioso.

Das Práticas comerciais - Publicidade

O CDC preceitua:

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem

A liberdade de expressão deve ser harmonizada com os direitos dos consumidores. A publicidade deve ser verídica e identificada. Vedam-se, por exemplo, os anúncios publicitários sutis em revistas ou novelas, bem como a chamada publicidade subliminar.

Das Práticas comerciais - Publicidade

- Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.
- § 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.
- § 2º É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.
- § 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Das Práticas comerciais - Publicidade

A **publicidade enganosa** é aquela publicidade ilícita suscetível de induzir o consumidor ao erro. Para configurá-la, basta que a informação seja inteira ou parcialmente falsa ou, então, que omita dados relevantes. Por exemplo, a propaganda que menciona uma liquidação inexistente, a fim de atrair o consumidor até o estabelecimento comercial ou o anúncio de um imóvel com um tamanho inferiores à realidade.

É frequente também a publicidade enganosa por omissão definida no art. 37, § 3º do CDC que ocorre quando o fornecedor deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço. Por exemplo, venda de produtos parcelados com a inclusão de juros excessivos, sem a informação da diferença de preço para pagamento à vista.

Das Práticas comerciais - Publicidade

A **publicidade abusiva** é a publicidade antiética que viola a vulnerabilidade do consumidor, atingindo seus valores sociais básicos, podendo até, chegar a ferir a sociedade como um todo. Por exemplo, a excessiva exposição do sexo feminino em anúncios publicitários de cervejas.

Outrossim, serão também abusivas aquelas publicidades que possam conduzir as crianças a comportamentos destrutivos. Por exemplo, a incitação à violência em anúncios publicitários de brinquedos.

O CDC indica que as práticas apresentadas são exemplificativas, podendo existir outras que serão consideradas abusivas à luz da cultura local e da ordem jurídica vigente .

Das Práticas comerciais - Publicidade

- **O CDC prescreve ainda que:**
- Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

Recomenda-se, contudo, que os consumidores sejam orientados a guardar folders, jornais, prospectos e demais meios nos quais houve a divulgação da oferta, para melhor comprovação de seus direitos, não obstante os órgãos de proteção aos consumidores poderem requisitar tais documentos.

Das Práticas comerciais - Publicidade

Sanções às Publicidades Ilícitas

O mercado publicitário fundou o CONAR – Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária, órgão que recebe denúncias de consumidores e autoridades. Ele editou o Código Brasileiro de Auto –regulamentação Publicitária. A aplicação de penalidades pelo CONAR não exclui a atuação dos órgãos de defesa do consumidor e a possibilidade de aplicação das sanções do CDC e da legislação consumerista.

Das Práticas comerciais - Publicidade

Sanções às Publicidades Ilícitas

Sanções administrativas:

Multa e/ou imposição de contrapropaganda (incisos I e XII do art. 56 do CDC).

- Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:
 - I - multa;
 - XII - imposição de contrapropaganda.
- Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Das Práticas comerciais - Publicidade

Sanções às Publicidades Ilícitas

Sanções cíveis:

Reparação de danos patrimoniais e/ou morais por todos aqueles beneficiados (profissionais, empresas e até atores), independentemente de culpa, configurando uma responsabilidade solidária e objetiva (art. 7º, parágrafo único, do CDC).

- Art. 7º. Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

Afora as demandas individuais, verifica-se a possibilidade do PROCON e do MP mover Ação Coletiva para requer suspensão da publicidade ilícita e condenar os responsáveis por danos morais coletivos, tutelando os consumidores equiparados do art. 29 do CDC.

Das Práticas comerciais - Publicidade

Sanções às Publicidades Ilícitas

Sanções Penais:

Configuração de infrações penais, com aplicação detenção e/ou multa.

- Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:
- Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.
- § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.
- § 2º Se o crime é culposo:
- Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Das Práticas comerciais - Publicidade

- Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:
 - Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.
 - § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.
 - § 2º Se o crime é culposos;
 - Pena Detenção de um a seis meses ou multa.
- Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:
 - Pena Detenção de três meses a um ano e multa.
 - Parágrafo único. [\(Vetado\)](#).
 -

Das Práticas comerciais - Publicidade

- Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:
- Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:
- Parágrafo único. [\(Vetado\)](#).
- Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade:
- Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70028319630 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 29/02/2012**
- Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. SEGURO DE VIDA. PROPOSTA ENCAMINHADA POR MEIO DO CORRETOR. RESPOSTA NEGATIVA DA SEGURADORA. SOLICITAÇÃO DE EXAMES MÉDICOS. FIRMADA SEGUNDA PROPOSTA. DESCONTO DO CHEQUE REFERENTE À 1ª MENSALIDADE. FALECIMENTO DO SEGURADO. CDC. CONTRATO PERFECTIBILIZADO. COBERTURA DEVIDA. PECULIARIDADES DO CASO CONCRETO. EFEITO VINCULANTE DA OFERTA. CDC . ARTIGO 333 , II , DO CPC . JUÍZO DE PROCEDÊNCIA MANTIDO. RECURSO DESPROVIDO. UNÂNIME. Desproveram o apelo. Unânime. (Apelação Cível Nº 70028319630, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Artur Arnildo Ludwig).

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Embargos de Declaração ED 70044606663 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 15/07/2014**
- Ementa: EMBARGOS DECLARATÓRIOS. EFEITO INFRINGENTE. SEGUROS. OMISSÃO RECONHECIDA. SEGURO DE VIDA. RELAÇÃO DE CONSUMO. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA DEFERIDA. APLICAÇÃO DO ART. 6º, VIII DO CDC. PRECLUSÃO. CONTRATO QUE DEVE SEGUIR OS TERMOS DA OFERTA. INDENIZAÇÃO DEVIDA. BOA-FÉ CONTRATUAL. ART. 30 E 36 DO CDC. CORREÇÃO MONETÁRIA E JUROS DE MORA. Relação de Consumo. É aplicável o Código de Defesa do Consumidor às relações previdenciárias, consoante traduz o art. 3º, §2º do CDC. Inversão do ônus da prova. Deferimento em audiência, decisão da qual a fornecedora, ora apelada, não se insurgiu, tendo-se operado o instituto da preclusão. Oferta. Toda publicidade apresentada de forma suficientemente precisa obriga o fornecedor que a fizer e integra o contrato que vier a ser celebrado. Boa-fé. Os contratantes são obrigados a observar a probidade e a boa-fé, tanto na conclusão do contrato, quanto na sua execução. Arts. 421 e 422, do CC/02. Mérito. Reconhecido assim que a parte autora aderiu à oferta que lhe foi proposta, merece guarida a demanda condenando a ré ao pagamento do valor correspondente a indenização pelo evento Invalidez Permanente por Doença. Sentença Reformada. (Embargos de Declaração Nº 70044606663, Sexta Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Giovanni Conti, Julgado em 10/07/2014).

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - EMBARGOS DE DECLARAÇÃO NO RECURSO ESPECIAL EDcl no REsp 1317338 MG 2011/0275068-0 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 28/05/2013**
- Ementa: EMBARGOS DE DECLARAÇÃO. OCORRÊNCIA DE OMISSÃO.PUBLICIDADE ENGANOSA. LEGALIDADE DA MULTA APLICADA PELO PROCON. VALOR. REVISÃO PELO TRIBUNAL A QUO. 1. No presente caso, o recurso especial foi parcialmente conhecido e, nessa parte, provido para declarar que a publicidade veiculada pela operadora de telefonia é capaz de induzir o consumidor a erro quanto ao preço do serviço, sendo publicidade enganosa, de modo que a imposição de multa é medida que se impõe. 2. Ocorre que o valor da multa imposta no Processo Administrativo nº 222/2005 (R\$ 73.510,73) não foi discutido nos autos, tendo sido suscitada sua revisão, como pedido sucessivo, na petição inicial (alínea e do item 4 - fl. 21) da presente ação declaratória de nulidade de ato administrativo apresentada pela Intelig Telecomunicações Ltda. Assim, visando evitar a supressão de instância, devem os autos retornar ao Tribunal a quo para a análise do valor da multa arbitrado na instância administrativa. 3. Embargos de declaração de ambas as partes acolhidos, sem efeitos modificativos.

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - AGRAVO REGIMENTAL NO RECURSO ESPECIAL AgRg no REsp 1338812 PE 2012/0089755-0 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 24/06/2014**
- Ementa: CONSUMIDOR. PUBLICIDADE ENGANOSA. RESPONSABILIDADE CIVIL. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. DISCUSSÃO SOBRE O NEXO DE CAUSALIDADE E O QUANTUM INDENIZATÓRIO. ARTS. 186 E 944 DO CC . INVIABILIDADE. SÚMULA 7/STJ. 1. A discussão sobre a caracterização ou não do nexo de causalidade esbarra no óbice da Súmula 7/STJ. Precedentes. 2. Da mesma forma, vedado está o exame dos arts. 186 e 944 do CC , especialmente considerando que a verificação da extensão dos danos para quantificar a indenização depende, invariavelmente, do revolvimento de fatos e provas. Precedentes. 3. Ademais, a indenização fixada em R\$ 2.000,00 (dois mil reais) não pode ser tida como irrisória ou exorbitante, de modo que não há razão para reformar o acórdão de origem. 4. Agravo Regimental não provido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-SP - Apelação APL 40023736420138260006 SP 4002373-64.2013.8.26.0006 \(TJ-SP\)](#)
- **Data de publicação: 20/09/2014**
- Ementa: COMPROMISSO DE COMPRA E VENDA Imóvel Resolução do contrato por impossibilidade econômica Frustração do financiamento pretendido pelo autor Inexistência de provas nos autos a permitir que se impute a qualquer das partes a culpa pelo insucesso do negócio Pedido de resolução do contrato corretamente acolhido Efeito "ex tunc" da sentença resolutória Devida a devolução pela ré de 90% dos valores pagos pelo promitente comprador, descontadas as despesas com administração e publicidade Abusiva a cláusula contratual que previu retenção de 8% do valor do contrato pela alienante em caso de rescisão Desnecessária a determinação de reintegração da ré na posse do imóvel, ou mesmo de condenação do autor ao pagamento de taxa pelo período de ocupação do bem, uma vez que as chaves sequer foram entregues ao adquirente Ação procedente Redistribuição da sucumbência Recurso provido em parte.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-SP - Apelação APL 00128374520118260344 SP 0012837-45.2011.8.26.0344 \(TJ-SP\)](#)
- **Data de publicação: 23/05/2014**
- Ementa: AÇÃO CIVIL PÚBLICA. Ministério Público afirma que houve violação ao Artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor . Propaganda ou publicidade enganosa. Promoção. Número mínimo de produtos em estoque. O folheto promocional distribuído pela empresa (Walmart) informou sobre a quantidade limitada de produtos, e também sobre a limitação de que a promoção duraria um determinado período, ou até que se esgotasse o estoque, o que ocorresse primeiro, acrescentando que haveria um número mínimo de 10 (dez) produtos por loja no início da promoção. Informação suficiente. Não caracterizada propaganda ou publicidade abusiva. A interpretação do art. 31 do Código de Defesa do Consumidor não deve conduzir a um rigorismo impraticável. Sentença mantida. Recurso improvido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RJ - APELACAO APL 02129122820098190001 RJ 0212912-28.2009.8.19.0001 \(TJ-RJ\)](#)
- **Data de publicação: 01/07/2013**
- Ementa: CONSUMIDOR. CONTRATO DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS. CONCURSO PARA CONCESSÃO DE BOLSAS DE ESTUDO. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÃO NO MATERIAL PUBLICITÁRIO DE QUE A BOLSA SÓ SERIA CONCEDIDA POR SEIS MESES. PUBLICIDADE ENGANOSA. AUSÊNCIA DE INFORMAÇÃO BÁSICA PARA O CONSUMIDOR. OBRIGATORIEDADE DE CONCESSÃO DA BOLSA INTEGRAL ATÉ A CONCLUSÃO DO CURSO. DANO MORAL. OCORRÊNCIA. VERBA FIXADA EM OBSERVÂNCIA AOS PRINCÍPIOS DA PROPORCIONALIDADE E RAZOABILIDADE. Restou demonstrado nos autos que o material publicitário relativo ao concurso de bolsas de ensino não informou que o benefício só seria concedido por seis meses, induzindo o consumidor a pensar que a bolsa seria concedida até a conclusão do curso. A ausência de informação quanto à duração das bolsas de estudo viola direito básico do consumidor à informação, direito este garantido pelo art. 6º , III e IV do CDC , além de configurar publicidade abusiva, já que induz o consumidor a realizar o concurso de bolsas, sem que o mesmo saiba que a mesma só será concedida nos seis primeiros meses do curso. Assim, além de estar obrigado a fornecer bolsa integral ao autor até a conclusão do curso, deve a instituição de ensino indenizá-lo pelos danos morais causados, em razão da frustração de não poder dar continuidade ao curso, Recurso manifestamente improcedente. Seguimento negado.



Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

A proteção contra práticas abusivas é direito básico do consumidor (art. 6º, IV, do CDC), decorrendo dos princípios da vulnerabilidade, da transparência, da boa-fé, do equilíbrio contratual e da legítima confiança, os quais regem as relações de consumo (art. 4º do CDC).

As práticas abusivas são condutas ilícitas dos fornecedores que ofendem os direitos dos consumidores. Estão previstas rol exemplificativo do art. 39 do CDC e também no Decreto 2.181/90.

Ao identificar uma prática abusiva, o órgão de proteção ao consumidor, com fulcro no art. 56 do CDC, deve aplicar sanção administrativa. Em relação ao consumidor, cabe indenização por danos patrimoniais e/ou morais. Podem também configurar crimes, permitindo a aplicação cumulativa da sanção penal.



Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

- 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;



Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

- 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 - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquirir-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;



Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

- 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. [\(Incluído pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999\)](#).
- 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.



Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Hipótese das Práticas Abusivas mais Comuns no Mercado de Consumo

Venda casada

Prática vedada no art. 39, inciso I, do CDC. Consiste no fornecimento de o produto ou serviço sempre condicionado à venda de outro produto ou serviço, o que restringe a liberdade de escolha do consumidor. É considerada infração penal, conforme o art. 5º, inciso II, da Lei 8.137/90.

Venda quantitativa

Prática também vedada no art. 39, inciso I, do CDC. Consiste na exigência feita ao consumidor para adquirir quantidade maior ou menor de um bem de consumo. A limitação quantitativa só poderá ocorrer se houver uma justa causa apresentada pelo fornecedor, atrelada a exigências técnicas, usos e costumes.

Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Recusa às demandas dos consumidores

Prática vedada no art. 39, inciso II, do CDC. O fornecedor discrimina consumidores seja para prestigiar outros, ou simplesmente julgando-os por aparência ou condição social. Só pode ocorrer por determinação legal, como a proibição de venda de bebidas aos menores de 18 anos. Por força do art. 39, IX, do CDC, configura prática abusiva recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto e imediato pagamento. O fornecedor pode, contudo, recusar a receber cheques ou determinados cartões de crédito, bem como fazer consultas a banco de dados de devedores, desde que informe previamente os consumidores em cardápios, vitrines, placas ou outros meios visíveis.

Repasse de informações depreciativas

Prática vedada no art. 39, inciso II, do CDC. Violação ao direito à honra pessoal do consumidor, por conta de informações sobre o histórico de reclamações ou a de habitualidade de compras.

Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Envio de produtos e serviços sem solicitação prévia

Prática vedada no art. 39, inciso III, do CDC. Violação dos direitos à intimidade e privacidade do consumidor.

Ausência de Orçamento

Prática vedada no art. 39, inciso VI, do CDC. Violação dos direitos à intimidade e privacidade do consumidor. Não é justo nem legal que o consumidor seja obrigado a pagar pelo que não solicitou, por exemplo, oficina mecânica que efetua reparos não autorizados pelo consumidor.

Ausência de Prazo para cumprimento da obrigação do fornecedor

Prática vedada no art. 39, inciso XII, do CDC, que impõe a injusta posição ao consumidor de aguardar indefinidamente pela satisfação de sua necessidade.

Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Reajuste e Aumento de preço

Prática vedada no art. 39, inciso X, do CDC. Tem relação com o art. 21, inciso XXIV, da Lei Federal 8.884/90: a Lei da Defesa da Concorrência. Se o fornecedor aumentar o preço de seus produtos e serviços, sem a majoração do custo da atividade, gerando uma vantagem manifesta, pode configurar esta prática abusiva.

Exemplos são os cartéis de postos de gasolina e de estacionamentos privados.

De outro lado, embora o CDC não limite controle os juros, os órgãos de proteção ao consumidor podem busca de parâmetros em instituições oficiais, para corrigir abuso, a exemplo dos índices divulgados pelo Banco Central do Brasil e pelo IBGE.

Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

- Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.
- § 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.
- § 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.
- § 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Das Práticas comerciais - Práticas Abusivas

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.



Das Práticas Comerciais – Cobrança de Dívidas

- Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.
- Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.
- Art. 42-A. Em todos os documentos de cobrança de débitos apresentados ao consumidor, deverão constar o nome, o endereço e o número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica – CNPJ do fornecedor do produto ou serviço correspondente. [\(Incluído pela Lei nº 12.039, de 2009\)](#)

Das Práticas Comerciais – Cobrança de Dívidas

Verifica-se que a repetição do indébito é condicionada ao efetivo pagamento da cobrança pelo consumidor. A simples carta de cobrança não preenche a exigência do artigo mencionado, não gerando, portanto, o direito de reparação ao consumidor.

O fornecedor que deixa de cumprir o disposto no art. 42 do CDC comete crime descrito no art. 71 do mesmo diploma legal e, por conseguinte, pode sofrer à imposição de pena de três meses a um ano de detenção.



Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Entre as características atuais do mercado de consumo destacam-se: a produção em série, a massificação das relações e o anonimato dos seus atores. Como a realização de qualquer negócio pressupõe certo grau de confiança entre as partes e como a confiança pressupõe conhecimento da pessoa, o mercado criou mecanismos para que os fornecedores, principalmente quando a compra envolve concessão de crédito, tenham informações sobre os consumidores. Também, a partir de informações sobre o perfil e hábitos do consumidor, são elaborados arquivos para aumento das vendas de produtos e serviços.
- São justamente os **cadastros e bancos de dados de consumo** que estão disciplinados basicamente no art. 43 do CDC.
- Embora em linguagem cotidiana, as expressões “banco de dados” e “cadastro” tenham o mesmo sentido, ou seja, de reunião organizada de informações sobre determinado objeto ou pessoas, a doutrina consumerista diferencia as duas espécies de **arquivos de consumo**.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Os **arquivos de consumo** se dividem em **bancos de dados** e **cadastros de consumo**.
- Nos **cadastros de consumo**, a informação é obtida, em regra, do próprio consumidor. Além disso, o destino da informação não é para o mercado e sim para próprio fornecedor. Muitos estabelecimentos querem conhecer melhor o seu consumidor para, no futuro, encaminhar cartas, informar sobre promoções, oferecer descontos. Por esta razão, pedem que, preencham ficha com dados pessoais.
- Nos **bancos de dados de consumo**, cujo melhor exemplo são os bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, Serasa, CCF, etc), a informação normalmente é obtida pelo mercado (por vários fornecedores) e o destino da informação é também para o mercado e não para um fornecedor específico. Nos bancos de dados de consumo, o objetivo é compartilhar entre fornecedores algumas informações de consumidores.
- Embora não seja a única espécie, o que mais tem gerado interesse no meio jurídico são os famosos bancos de dados de proteção ao crédito, como o SPC, a Serasa, CCF. Este maior interesse decorre do poder decisivo em praticamente excluir do mercado o consumidor negativado.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Assim como é importante para o fornecedor, especialmente quando concede crédito, conhecer o consumidor, com mais razão deve o consumidor ter conhecimento sobre o fornecedor, sobre a qualidade de seus produtos e serviços, sua idoneidade (histórico, postura em relação aos direitos do consumidor) e até sua responsabilidade social (respeito ao meio ambiente, à legislação trabalhista).
- Entre outros mecanismos existentes para o consumidor conhecer os empresários, o CDC regula, no art. 44, o **cadastro de fornecedores**, impondo aos órgãos de defesa do consumidor a manutenção de “cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. Nesta hipótese, infelizmente, sobretudo quando se adianta dinheiro para receber o produto ou serviço em data futura, o consumidor, nem sempre possui a mesma preocupação em conhecer o fornecedor.
- Os bancos de dados e cadastros de consumidores (art. 43) e, de outro lado, o cadastro de fornecedores (art. 44), possibilitam o conhecimento prévio entre os atores do mercado de consumo.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.
- § 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.
- § 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- § 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.
- § 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.
- § 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Bancos de dados de proteção ao crédito**
- Os bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, Serasa, CCF, entre outros) podem ser definidos como entidades que têm por principal objeto a coleta, o armazenamento e transferência a terceiros (credor potencial) de informações pessoais dos pretendentes à obtenção de crédito. Quando algum consumidor possui o nome registrado em entidade de proteção ao crédito, fala-se que ele está negativado.
- Os bancos de dados de proteção ao crédito – mais conhecidos como serviços de proteção ao crédito – surgiram na década de 50 justamente com o objetivo de oferecer algumas informações àqueles que pretendiam conceder financiamento a alguém, parcelar o preço de alguma mercadoria ou simplesmente adiar seu pagamento para data futura.
- Com efeito, as associações de comerciantes (Câmaras de Dirigentes Lojistas) acabaram assumindo tal função. Em julho de 1955, foi fundado, em Porto Alegre, pela associação de comerciantes locais, o primeiro SPC. Logo em seguida, no mês de outubro, foi a vez de São Paulo. Atualmente, são mais de 900 associações, espalhadas pelo país, com os respectivos bancos de dados de proteção ao crédito.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Num segundo momento, com o aumento das vendas a crédito, surgiram algumas empresas para explorar economicamente o setor de informações creditícias. Foi o caso da SERASA, que é uma sociedade anônima, criada em 1968, por vários bancos. Hoje, existem dezenas de empresas que exploram este setor.
- Ao lado de várias associações e empresas, consigne-se conhecido serviço de proteção ao crédito no setor público. Trata-se do Cadastro de Emitente de Cheques sem Fundos (CCF), vinculado ao Banco Central, mas administrado pelo Banco do Brasil.
- As informações armazenadas nos serviços de proteção ao crédito são fornecidas especialmente pelos próprios comerciantes. Além disso, há, atualmente, constante troca de informações entre as entidades.
- Tais atividades são, contudo, potencialmente ofensivas aos valores honra e privacidade das pessoas (art. 5º, X, da Constituição Federal) Por esse motivo, o Brasil, seguindo o exemplo de diversos outros países, disciplina a atuação dos bancos de dados de proteção ao crédito.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Registros irregulares e sanções**
- As atividades desenvolvidas pelos bancos de dados de proteção ao crédito são relevantes para o mercado e para o consumidor, tanto é que o CDC não as proíbe. Exige-se, entretanto, que uma série de requisitos sejam observados para que eventual inscrição do nome do consumidor seja regular.
- Estabelece o § 1º do art. 43, do CDC, que as informações registradas em bancos de dados de proteção ao crédito devem ser objetivas, claras, verdadeiras e em linguagem de fácil compreensão e sempre limitadas ao período de cinco anos. O § 2º do art. 43 determina que a inscrição do nome do consumidor deve ser precedida de comunicação por escrito.
- Também, é irregular o registro relativo à dívida verdadeira, mas que possui o prazo superior a cinco anos. Tal prazo é contado a partir do vencimento da dívida e não a partir do registro no banco de dados.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Cabe anotar que, havendo **renegociação da dívida e acordo com o fornecedor**, o respectivo registro deve ser cancelado. É conduta irregular manter a inscrição após a celebração do acordo. Entretanto, novo registro poderá ser efetuado se as condições de pagamento do acordo não forem cumpridas pelo consumidor.
- O desatendimento de qualquer requisito do art. 43 caracteriza a ilicitude do ato e permite a aplicação de sanções.
- O registro irregular gera a responsabilidade civil pelos danos morais e materiais sofridos pelo consumidor. A jurisprudência é pacífica quanto à indenização por danos morais, independentemente de demonstração de que o consumidor tenha sofrido constrangimento ou qualquer espécie de sentimento negativo em razão do fato. Na hipótese, os danos morais se justificam pela ofensa ao direito à privacidade e honra do consumidor. De outro lado, os danos materiais (danos emergentes e lucros cessantes) precisam ser demonstrados.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Ao lado das sanções civis e administrativas, é possível, nesta área, que a conduta do fornecedor e do responsável pelo arquivo de consumo configure infração penal. O CDC, nos artigos 72 e 73, institui dois crimes relacionados ao setor.
- Para o artigo 72 é crime, com detenção de seis meses a um ano: “Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros”.
- Por sua vez, o art. 73 descreve como infração penal a conduta consistente em “deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata”. A sanção penal é “detenção de um a seis meses ou multa”.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Limites temporais**
- Os bancos de dados de proteção ao crédito, para legitimar sua atuação, devem atender aos limites e requisitos impostos pelo Código de Defesa do Consumidor. Entre tais limites, encontram-se aqueles referentes ao tempo máximo de manutenção do registro. Há, na verdade, duas referências a limites cronológicos na Lei nº 8.078/90.
- O § 1º do art. 43 dispõe que os cadastros e dados de consumidores não podem conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos. Em relação a esse prazo, cumpre destacar que a lei não esclarece a forma de contagem do aludido prazo. Em face desta omissão, entende a melhor doutrina que o a contagem inicia-se com o vencimento da dívida e não com o registro da informação no arquivo de consumo.
- O § 5º, do mesmo dispositivo, estabelece, por seu turno, que, consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Limites temporais**
- Ao lado do prazo de cinco anos, o § 5º do art. 43 estabelece outro limite temporal: se houver prescrição do prazo para cobrança da dívida, o registro deve ser cancelado. Destaque-se, inicialmente, que os prazos são independentes: o que ocorrer primeiro deve beneficiar o consumidor. Para análise deste prazo, deve-se verificar o tipo da dívida e eventual legislação específica com definição de prazo de prescrição.
- Saliente-se que o prazo prescricional de três anos, previsto no novo Código Civil, refere-se apenas a um processo de cobrança mais rápido do que o usual – denominado ação de execução; não impede a cobrança do débito do consumidor por meio de procedimentos cuja prescrição pode ocorrer no prazo de cinco ou dez anos. Esta posição foi confirmada pela jurisprudência, inclusive pelo Superior Tribunal de Justiça.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Direito ao acesso**
- Qualquer pessoa pode dirigir-se ao banco de dados de proteção ao crédito e, após se identificar, exigir que seja informada sobre a existência ou não de registros em seu nome. Havendo qualquer inscrição, o consumidor tem direito de saber o conteúdo dos dados, bem como a indicação da respectiva fonte. O acesso deve ser imediato, fornecido logo após o requerimento do interessado. Os bancos de dados de proteção ao crédito, devem, portanto, disponibilizar meios materiais (designação de empregados e terminais de computador) para um pronto atendimento à pretensão do consumidor.
- Não pode ser cobrado qualquer valor do consumidor pelo acesso e, também, por obtenção de declaração que informe a situação do consumidor. Embora o CDC não tenha expressamente se referido à gratuidade, aplica-se no caso a Lei nº 9.507/97 (Lei do *Habeas Data*) cujo artigo 21 reza que “são gratuitos o procedimento administrativo para acesso a informações e retificação de dados e para anotação da justificação”.
- A mesma disciplina é aplicável aos **cadastros de consumo**. Isto significa que o consumidor pode se dirigir a qualquer estabelecimento comercial e exigir o acesso e conhecimento de todas as informações relativas ao seu nome.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Direito à retificação**
- Estabelece o § 3º, do art. 43, do CDC: “o consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas”.
- Trata-se de importante direito conferido ao consumidor. Embora seja dever dos bancos de dados de proteção ao crédito realizarem, logo após pagamento da dívida, o cancelamento da inscrição, o próprio consumidor, com base no § 3º do art. 43, pode se dirigir diretamente à entidade e, juntando comprovante do pagamento, exigir a correção da informação.
- Outra hipótese importante de utilização do disposto no § 3º do art. 43 decorre da situação de inscrição do nome do consumidor decorrente de utilização fraudulenta do seu CPF. Neste caso, deve o consumidor procurar juntar ao requerimento os documentos que indiquem que houve fraude, utilização indevida do seu nome, tais como boletim de ocorrência policial, declarações de pessoas que conhecem o fato.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- **Propositura do Habeas data**
- Caso seja negado o direito do consumidor ao acesso ou retificação de informações constantes em bancos de dados de proteção ao crédito, há um instrumento processual específico para enfrentar tais situações: o *habeas data*. Trata-se de criação brasileira, que ingressou no ordenamento jurídico justamente com a promulgação da Carta Magna de 1988.
-
- O *habeas data* está previsto na CF, no art. 5º, inciso LXXII: “conceder-se-á *habeas data*: para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constante de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público; b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo”.
- A Lei nº 9.507, promulgada em 12.11.1997, disciplina o procedimento do *habeas data*.
- Os bancos de dados de proteção ao crédito, ainda que geridos por entidades privadas, estão sujeitos ao *habeas data*, por força de seu caráter público.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.
- § 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.
- § 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- O **Cadastro de Reclamações Fundamentadas** decorre de determinação do CDC, por meio do seu artigo 44. Todos os órgãos públicos de defesa do consumidor, com destaque para os Procons, possuem o dever de organizar e divulgar relação de fornecedores que não respeitam os direitos dos consumidores.
- Afora outras informações de interesse do consumidor, dois dados devem necessariamente ser divulgados de acordo com o art. 44 do CDC: a) relação de reclamações fundamentadas; b) atendimento ou não da reclamação. Por reclamação fundamentada, entenda-se aquela a “notícia de lesão ou ameaça a direito de consumidor analisada por órgão público de defesa do consumidor, a requerimento ou de ofício, considerada procedente por decisão definitiva” (art. 58, II do Decreto nº 2.181/97).
-
- O objetivo legal é de ampla divulgação. A divulgação do cadastro deve ser, no mínimo, anual. Nada impede que a periodicidade seja semestral ou até em período menor. Não basta a fixação da lista no órgão, sendo necessária, ao menos, a publicação no diário oficial local. Além da publicação periódica do cadastro de maus fornecedores, deve o documento ficar sempre à disposição do consumidor.

Das Práticas Comerciais - Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

- A elaboração e publicação do Cadastro de Reclamações Fundamentadas, ressalte-se, não é uma faculdade dos órgãos públicos de defesa do consumidor, constituindo, em verdade, um verdadeiro dever legal.
- Por outro lado, a inclusão de fornecedor no Cadastro de Reclamações Fundamentadas consiste em ato administrativo cujo objetivo precípua é informar periodicamente à sociedade, sobretudo aos consumidores, qual a situação dos fornecedores nos órgãos de defesa do consumidor, bem como a postura deles perante as reclamações formuladas junto aos órgão de proteção ao consumidor, notadamente os Procons.
- O caráter do Cadastro de Reclamações Fundamentadas não é punitivo, e sim educativo e preventivo. Portanto, o procedimento de inclusão de fornecedor no Cadastro de Reclamações Fundamentadas não se confunde com o processo administrativo sancionatório.
- Instrumentaliza, portanto, o direito de informação do cidadão e o dever de transparência da Administração Pública.

Cadastro Positivo de Consumidores

Introdução

- A Lei nº 12.414, de 9 de junho de 2011, regulamentada pelo Decreto nº 7.829 de 17 de outubro de 2012, introduz no ordenamento jurídico brasileiro as regras para a utilização de informações sobre o adimplemento de dívidas, de cidadãos ou de pessoas jurídicas, para a formação de históricos de crédito. Até a instituição deste marco no Brasil, os bancos de dados de proteção ao crédito continham apenas informações negativas, ou seja, aquelas relativas ao inadimplemento de dívidas pelo consumidor.
- O principal objetivo da criação de bancos de cadastro positivo é otimizar o mercado de crédito ao consumidor. Acredita-se que o fornecimento de informações que proporcione um maior conhecimento acerca do tomador de créditos gera uma maior confiança ao fornecedor, uma vez que objetiva um conhecimento mais detalhado daquele que postula um determinado financiamento, potencializando inclusive a diminuição de juros.

Cadastro Positivo de Consumidores

- **O Consentimento Informado**
- Toda manifestação da vontade do consumidor deve ser obtida por meio de “assinatura em instrumento específico ou em cláusula apartada”. Essa foi a forma com a qual o legislador estabeleceu o consentimento informado. Tanto a abertura do cadastro quanto o compartilhamento de informações requerem previamente a autorização do cadastrado por meio de seu consentimento informado (arts. 4º e 9º). O Decreto nº 7.829/2012 ainda permite que essa autorização prévia possa ser concedida tanto em forma física quanto eletrônica.
- **As informações**
- Somente poderão ser incluídas informações que sejam objetivas, claras, verdadeiras e de fácil compreensão, necessárias para avaliar a situação econômica do cadastrado (art. 3º, §1º).
- A exigência da qualidade da informação atrelada à finalidade da coleta é mais uma forma de garantir a privacidade do consumidor diante de uma coleta potencialmente lesiva.

Cadastro Positivo de Consumidores

- **Informações proibidas**
- Independentemente da qualidade e da finalidade, fica proibida a anotação tanto de informações excessivas, assim consideradas aquelas não vinculadas à análise de risco de crédito ao consumidor; quanto de informações sensíveis, quais sejam, “aquelas pertinentes à origem social e étnica, à saúde, à informação genética, à orientação sexual e às convicções políticas, religiosas e filosóficas” (art. 3º, § 3º).
- **Informações de adimplemento de serviços continuados**
- A lei prevê a possibilidade de os prestadores de serviços continuados, como água, esgoto, eletricidade, gás e telecomunicações, fornecerem aos bancos de dados informações sobre o adimplemento do cadastrado, desde que autorizados pelos cadastrados. As informações sobre o adimplemento periódico desses serviços podem se constituir em instrumento adequado para a concessão de empréstimo com taxa de juros menor aos consumidores de baixa renda.
- Fica vedada, no contudo, “a anotação de informação sobre serviço de telefonia móvel na modalidade pós-paga” (art. 11, p. único), em face da atual realidade do setor de telefonia móvel, responsável por um alto número de registros baseados em informações inexatas, que levam à ofensa de direitos do consumidor.

Cadastro Positivo de Consumidores

- **Direitos do Cadastrado**
- O artigo 5º da Lei nº 12.414/2011 traz os direitos do cadastrado, dentre os quais, destacam-se:
 - - o cancelamento de seu cadastro quando solicitado;
 - - o acesso gratuito das informações existentes sobre o consumidor inclusive seu histórico;
 - - o conhecimento dos elementos e critérios para a análise de risco pelo detentor dos bancos;
 - - a informação prévia sobre o armazenamento, a identidade do gestor do banco de dados, o objetivo do tratamento dos dados pessoais e os destinatários dos dados em caso de compartilhamento;
 - - o direito de ter os seus dados utilizados somente segundo a finalidade que justificou a sua coleta.
- O Decreto nº 7.829/2012 preceitua também que o cadastrado poderá requerer que suas informações não sejam acessíveis por determinados consulentes ou em um período determinado de tempo e, ainda, que o não compartilhamento de informações ou a revogação de autorização de compartilhamento de suas informações com um ou mais banco de dados (art. 13, I e II). Prevê ainda o uso de meio eletrônico como uma das formas pela qual o consumidor poderá exercer alguns desses direitos como o cancelamento e a vedação de acesso e de não compartilhamento (art. 14).

Cadastro Positivo de Consumidores

- **Deveres do gestor de bancos de dados**
- Além dos direitos dos cadastrados, o Decreto prevê, em seu artigo 10, os deveres e responsabilidades dos gestores de banco de dados. Dentre eles, encontra-se a adoção das medidas necessárias para a preservação do sigilo das informações recebidas, sendo possível divulgá-las somente para as finalidades previstas na lei, quais sejam, realização de análise de risco de crédito do cadastrado ou subsídio a transações comerciais e empresariais que impliquem risco financeiro, como a concessão de crédito ou venda a prazo (art. 7º, Lei nº 12.414/2011).
- O gestor de banco de dados também deve manter os sistemas de guarda e acesso com requisitos de segurança para a proteção das informações do acesso por terceiros não autorizados e do uso dessas informações em desacordo com o que prevê a lei.
- **Prazo**
- A lei estabelece um prazo máximo de quinze anos para o armazenamento das informações adimplemento do cadastrado (art. 14).

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-BA - Agravo de Instrumento AI 03125510720128050000 BA 0312551-07.2012.8.05.0000 \(TJ-BA\)](#)
- **Data de publicação: 29/11/2012**
- Ementa: DIREITO PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO DE INSTRUMENTO. ANTECIPAÇÃO DE TUTELA. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . DEFEITO DE FABRICAÇÃO EM ILHAS DE CONGELAMENTO. SOLUÇÃO DADA PELO ART. 18 , DO CDC . SÃO EQUIPARÁVEIS A CONSUMIDOR TODAS AS PESSOAS, DETERMINÁVEIS OU NÃO, EXPOSTAS ÀS PRÁTICAS COMERCIAIS ABUSIVAS. RESPONSABILIDADE SOLIDÁRIA DE FORNECEDORES E FABRICANTE. I –Preenchidos os requisitos dispostos no artigo 273 do Código de Processo Civil , há de ser concedida a antecipação dos efeitos da tutela pretendida. II –Constatado defeito de fabricação no bem adquirido, deve ser reparado no prazo máximo de 30 dias, conforme preceitua o artigo 18 do Código de Defesa do Consumidor . III –Respondem solidariamente pelos vícios dos produtos seus fornecedores, ex vi do caput do mesmo art. 18 do CDC . IV - Havendo fortes indícios de que os equipamentos de resfriamento apresentam defeitos desde a sua aquisição e, ainda, diante das inúmeras tentativas do autor de sanar o problema, impõe-se manter a decisão de primeiro grau. IV –AGRAVO DE INSTRUMENTO IMPROVIDO.

Jurisprudência Selecionada

- [STJ - AGRAVO REGIMENTAL NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL AgRg no AREsp 275047 RJ 2012/0270116-8 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 29/04/2014**
- Ementa: AGRAVO REGIMENTAL EM AGRAVO (ART. 544 DO CPC)- AÇÃO INDENIZATÓRIA - DECISÃO MONOCRÁTICA QUE DEU PROVIMENTO AO RECURSO ESPECIAL - INSURGÊNCIA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA. 1. O envio de cartão de crédito sem solicitação prévia configura prática comercial abusiva, dando ensejo à responsabilização civil por dano moral. Precedentes. 2. A ausência de inscrição do nome do consumidor em cadastro de inadimplentes não afasta a responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços, porque o dano, nessa hipótese, é presumido. 3. Restabelecido o quantum indenizatório fixado na sentença, por mostrar-se adequado e conforme os parâmetros estabelecidos pelo STJ para casos semelhantes. 4. Agravo regimental desprovido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-PR - Apelação Cível AC 3643149 PR 0364314-9 \(TJ-PR\)](#)
- **Data de publicação: 28/09/2006**
- Ementa: AÇÃO DE INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS E REPETIÇÃO DE INDÉBITO - INCLUSÃO DOS DADOS DA AUTORA PERANTE CADASTRO DE INADIMPLENTES - CONTRATAÇÃO POR MEIO DE CONTATO TELEFÔNICO - SERVIÇO DE "TELEMARKETING" - SENTENÇA QUE ENTENDEU PELA EXISTÊNCIA DE ACEITAÇÃO TÁCITA, PELA APELANTE, DOS TERMOS DO CONTRATO QUE LHE ERA OFERECIDO - IMPROCEDÊNCIA DO PEDIDO EM PRIMEIRO GRAU DE JURISDIÇÃO - APELAÇÃO PROVIDA - SENTENÇA REFORMADA ANTE A HIPOSSUFICIÊNCIA DA APELANTE - PRÁTICA COMERCIAL ABUSIVA DO FORNECEDOR - INTELIGÊNCIA DO ARTIGO 39 , IV , CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . - A degravação da conversa entabulada entre as partes revela a hipossuficiência da consumidora, bastante ingênua, que ainda mora com os pais, e que se limitou a assentir seu entendimento acerca dos termos da proposta, por polidez, jamais sua aceitação. - Contato telefônico realizado no período noturno e na residência do consumidor, situação de especial vulnerabilidade.

Jurisprudência Seleccionada

- [TRF-2 - APELAÇÃO Cível AC 200950010065518 RJ 2009.50.01.006551-8 \(TRF-2\)](#)
- Data de publicação: 01/04/2011
- Ementa: APELAÇÃO. ADMINISTRATIVO. MANDADO DE SEGURANÇA. CONCESSIONÁRIA. FORNECIMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA. IMPROVIMENTO. 1. Trata-se de apelação e remessa necessária, oriunda de mandado de segurança, objetivando o restabelecimento do fornecimento dos serviços de energia elétrica. 2. Nos termos do artigo 6º , § 3º , inciso II da Lei nº 8.987 /95, é lícito à concessionária interromper o fornecimento de energia elétrica se, após aviso prévio, o consumidor de energia elétrica permanecer inadimplente no pagamento da respectiva conta. 3. In casu, a autoridade coatora não logrou demonstrar a realização da necessária notificação prévia quanto à possibilidade de corte no fornecimento de energia elétrica da impetrante, ou seja, não foi atendido requisito essencial para a validação da interrupção do serviço. 4. Com efeito, o Código de Defesa do Consumidor, ao regular a cobrança de dívidas por fornecedores, estabelece a proibição de que o consumidor inadimplente seja submetido a qualquer forma de coação ou constrangimento para satisfação dos seus débitos. Assim, a suspensão do fornecimento de energia elétrica não se apresenta como meio legal e adequado para compelir o pagamento das tarifas em atraso, implicando em afronta à garantia constitucional do art. 5º , inciso LV , da CF , e ao Código de Defesa do Consumidor. Apelação e remessa conhecidas e improvidas.

Jurisprudência Selecionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10702120226593001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 18/12/2013**
- Ementa: INDENIZAÇÃO - DANO MORAL - RELAÇÃO DE CONSUMO - RESPONSABILIDADE OBJETIVA DO FORNECEDOR - COBRANÇA DE DÍVIDA JÁ PAGA - INCLUSÃO INDEVIDA NOS CADASTROS RESTRITIVOS DE CRÉDITO - DANO CONFIGURADO. - A obrigação de indenizar dependerá da existência três elementos essenciais: a ofensa a uma norma preexistente ou um erro de conduta, um dano, e o nexo de causalidade entre uma e outra. - A inclusão indevida do nome da parte nos cadastros de inadimplentes, por si só, gera constrangimento de ordem moral ao consumidor. - A relação jurídica existente entre as partes é de cunho consumerista, portanto, a responsabilidade é objetiva, independendo da comprovação de conduta culposa.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70057547390 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 16/12/2013**
- Ementa: AÇÃO DE ANULAÇÃO DE CADASTRO NO SISTEMA CONCENTRE SCORING. BANCO DE DADOS. SUJEIÇÃO ÀS DISPOSIÇÕES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . DEVER DE INFORMAÇÃO. A elaboração, a organização, a consulta e a manutenção de bancos de dados de consumidores é prática aceita e regulada pelo Código de Defesa do Consumidor , ao qual deve estar amoldada para que detenha plena validade. O sistema denominado de Concentre Scoring, colocado à disposição dos empresários individuais e das sociedades empresárias conveniados com a Serasa, caracteriza-se como um verdadeiro banco de dados de hábitos de consumo e de pagamento dos consumidores, sujeito, portanto, às disposições do artigo 43 , parágrafo 2º , do Código de Defesa do Consumidor , exigindo a prévia notificação do consumidor, em obediência aos deveres de informação e transparência. (Apelação Cível Nº 70057547390, Vigésima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Carlos Cini Marchionatti, Julgado em 11/12/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Conflito de Competência CC 70060466307 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 14/07/2014**
- Ementa: CONFLITO DE COMPETÊNCIA. DIREITO PRIVADO NÃO ESPECIFICADO. DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO DE OBRIGAÇÃO DE NÃO FAZER. COMPETÊNCIA PROJETO REFORÇO. A ação que tem por objeto o cancelamento de registro em banco de dados de consumidores por ausência da notificação prévia prevista no art. 43, § 2º do CDC, ainda que seja o denominado Cadastro de Passagem, integra a competência dos Magistrados do Projeto Reforço. Previsão dos Editais 46/06 e 75/06 do Conselho da Magistratura. CONFLITO NEGATIVO DE COMPETÊNCIA JULGADO PROCEDENTE. (Conflito de Competência Nº 70060466307, Décima Oitava Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: João Moreno Pomar, Julgado em 10/07/2014)



Proteção Contratual

- **Introdução**
- Contrato significa um conjunto de deveres e direitos livremente estabelecidos por acordo entre as partes que o integram, respeitando-se às limitações impostas por lei. Esta concepção do contrato, que tem sofrido sensíveis alterações nas últimas décadas, foi construída há mais de duzentos anos sob influxo dos ideais da Revolução Francesa e do seu Código Civil, editado em 1804. A noção de que os homens nascem livres e iguais, que o Estado deve interferir o mínimo possível nas relações privadas (Estado Liberal) são valores marcantes dessa época e que influenciaram todo o direito privado da América Latina e o modo de pensar do jurista.
- Entre os princípios desta visão tradicional do contrato – denominada teoria contratual clássica – destacam-se dois: 1) liberdade contratual; 2) força vinculante dos contratos. O primeiro decorre da ideia de autonomia da vontade e consiste na liberdade de contratar, na escolha do parceiro contratual, bem como na definição do conteúdo do contrato. O segundo princípio, identificado entre os juristas pela expressão *pacta sunt servanda*, significa que o contrato “faz lei entre as partes”, ou seja, concluído o contrato, estão as partes a ele vinculadas e obrigadas a cumprir seu conteúdo.

Proteção Contratual

- Entretanto, tal concepção foi desmentida pela realidade: as pessoas são, em regra, diferentes e os economicamente mais fortes impõem seus interesses nas mais diversas situações, principalmente nas relações de consumo. Como reação, o Estado dos séculos XX e XXI (Estado Social) assume expressamente a necessidade de editar leis para defender os vulneráveis, trazendo uma certa isonomia material.
- A concepção atual do contrato impõe análise diferenciada aos princípios contratuais clássicos. Agora, devem eles conviver com a boa-fé objetiva, o equilíbrio econômico e função contratual do contrato. Em resumo, o contrato não é mais visto apenas como instrumento de satisfação de interesses individuais. Importa analisar outros aspectos, como a possibilidade de gerar eventual vantagem exagerada, enriquecimento sem causa, adequação aos interesses da sociedade.
- O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90), em diálogo das fontes com o novo Código Civil, dedica especial atenção ao contrato. De um modo geral, pode-se afirmar que o objetivo maior da lei é que as relações contratuais entre fornecedor e consumidor sejam pautadas pela lealdade, transparência e equilíbrio.

Proteção Contratual

- O Código de Defesa do Consumidor objetiva proteger o contratante mais frágil na relação – o consumidor. A disciplina da lei abrange todas as espécies de contratos, verbais, escritos, de adesão, paritários. Para a incidência ou não do Código, deve-se verificar se as partes caracterizam-se como consumidor e fornecedor, com base nos respectivos conceitos legais (art. 2º, 17 e 29).
- O CDC pretende que as relações contratuais sejam pautadas pela lealdade e transparência, com definição clara dos direitos e deveres das partes, e, também, que o contrato não seja objeto de obtenção de vantagem exagerada por parte do fornecedor.
- As normas de proteção contratual no CDC defluem dos princípios da vulnerabilidade, transparência, da boa-fé, do equilíbrio contratual e da confiança nas relações de consumo (art. 4º do CDC).

Proteção Contratual

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.



Proteção Contratual

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



Proteção Contratual

- **Interpretação do contrato em favor do consumidor (art. 47)**
- Assim como as leis geram interpretações divergentes e, em alguns casos, contraditórias, o mesmo ocorre no campo contratual. O Código de Defesa do Consumidor apresenta importante regra de interpretação das cláusulas em relação aos contratos de consumo. Dispõe o art. 47 que “as cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor”.
- Como exemplo, cite-se a compra de armário em que é prometida a entrega do bem em “30 dias”. Neste caso, não se pode interpretar esta cláusula como “30 dias úteis” (excluindo-se finais de semana e feriado) e sim como 30 dias corridos, ou seja, opta-se pelo entendimento mais favorável ao consumidor.
-
- Cumpre observar ainda que as cláusulas que contrariem os termos da oferta ou publicidade (fase pré-contratual) devem simplesmente ser afastadas (art. 51, IV). No caso, a hipótese é de nulidade da disposição. Não há exatamente necessidade de interpretação do contrato.

Proteção Contratual

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.

Proteção Contratual

- **A fase pré-contratual e o princípio da vinculação**
- O contrato, sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, deve ser visto integralmente, abrangendo, inclusive, a fase pré-contratual. Praticamente tudo que é dito e anunciado por meio de oferta verbal, recibos, pré-contratos e publicidade (preço, condições de pagamento, qualidade do produto, garantia) já possui efeitos em relação ao fornecedor. Cuida-se do princípio da vinculação.
- Inicialmente, cumpre mencionar o art. 30 do Código de Defesa do Consumidor: “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”.

Proteção Contratual

- A ideia de que o fornecedor não pode se afastar do que foi prometido em momentos anteriores à celebração do contrato propriamente dito (fase pré-contratual) está estipulada, também, no art. 48 do CDC: “As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica”.
- Saliente-se ainda art. 35 do CDC, que dispõe “Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha: I – exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade; II – aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente; III – rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.”
- Acrescente-se que, independentemente de acordo ou conciliação com o consumidor, o descumprimento da oferta pode acarretar a aplicação de sanção administrativa pelo Procon.

Proteção Contratual

- Art. 84. Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.
- § 1º A conversão da obrigação em perdas e danos somente será admissível se por elas optar o autor ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente.
- § 2º A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (art. 287, do Código de Processo Civil).
- § 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.
- § 4º O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.
- § 5º Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz determinar as medidas necessárias, tais como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial.

Proteção Contratual

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Proteção Contratual

- **Direito de arrependimento do contrato: vendas fora do estabelecimento**
- O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90) é expresso no sentido de que as vendas efetuadas fora do estabelecimento comercial podem ser canceladas no prazo de sete dias.
- A ideia é tutelar a possibilidade de escolhas maduras do consumidor. Quer-se evitar as compras emocionais, movidas por mero impulso, quando o vendedor vai até a residência ou trabalho do consumidor que, pelas circunstâncias, não tem como avaliar adequadamente as vantagens da compra. Outra ideia é que a escolha adequada pressupõe contato físico e direto com o bem.
- Portanto, a possibilidade de cancelamento do contrato, com fundamento no art. 49 do CDC, abrange tanto as compras realizadas no trabalho e domicílio do vendedor, como aquelas por meio da *internet* e telefone.

Proteção Contratual

- Cumpre destacar que o cancelamento da compra independe de existência de vício ou qualquer espécie de problema com o bem. Basta encaminhar ao fornecedor, por qualquer meio, a manifestação de vontade de cancelar o contrato.
- O consumidor, portanto, possui direito à devolução integral dos valores eventualmente adiantados. Os custos decorrentes do transporte devem ser suportados pela empresa. É um ônus para o fornecedor que se beneficia pelo maior número de vendas e lucros ao comercializar produtos fora do estabelecimento comercial.
- Por fim, em relação à forma de contagem do prazo de sete dias, deve prevalecer a mais benéfica ao consumidor.

Proteção Contratual

- Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.
- Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

Proteção Contratual

- 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 eqüidade;
 - V - [\(Vetado\)](#);
 - VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

Proteção Contratual

- 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;

Proteção Contratual

- 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.

Proteção Contratual

- § 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.

Proteção Contratual

- § 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.

Proteção Contratual

- **Cláusulas abusivas**
- Para oferecer uma tutela efetiva e real ao consumidor, a Lei nº 8.078/90 não se contenta em estabelecer transparência e clareza nas contratações, bem como interpretação mais favorável ao consumidor. Existe preocupação com o conteúdo dos contratos que se reflete na definição legal de rol de cláusulas abusivas, nulas de pleno direito, ou seja, sem qualquer valor jurídico. Este rol se encontra elencado no já citado art. 51 do CDC.
- O primeiro ponto a destacar é que a relação de cláusulas abusivas indicada pelo art. 51 do CDC é meramente exemplificativa. Assim, da mesma maneira que disciplinou as práticas abusivas, a lei não indica, exaustivamente, todas as cláusulas que podem ser invalidadas.

Proteção Contratual

- A sanção para as cláusulas abusivas no CDC é a nulidade da disposição: são nulas de pleno direito (art. 51, *caput*). Isto significa, em termos práticos, que o Juiz pode negar qualquer efeito a cláusula e, eventualmente, a todo o contrato.
- Em regra, a nulidade da cláusula não afeta todo o contrato, mas, se a exclusão da cláusula, gerar ônus excessivo para qualquer das partes, todo contrato deve ser invalidado.
- Além da sanção de nulidade, avaliada e aplicada pelo juiz no julgamento de determinada ação, a existência de cláusulas abusivas, independentemente de ocorrência efetiva de danos aos consumidores, permite aos Procons a aplicação de sanções administrativas

Proteção Contratual

- Afora a interpretação jurisprudencial sobre a abusividade de cláusulas contratuais, no âmbito dos Tribunais estaduais e do STJ, para diminuir as incertezas em relação ao sentido de tais normas abertas, o Ministério da Justiça, por intermédio da Secretaria Nacional do Consumidor, e com fundamento no art. 56 do Decreto federal nº 2.181/97, divulga, por meio de portarias, relações de cláusulas abusivas.
- Até o presente momento, o Ministério da Justiça editou diferentes portarias com referência expressa a inúmeras cláusulas abusivas. Em termos práticos, as Portarias do Ministério da Justiça servem como fundamento para as decisões administrativas dos Procons, que aplicam sanções administrativas aos fornecedores.
- Dentre elas, merecem destaque: Portaria nº 4, de 13.03.98; Portaria nº 3, de 15.03.2001; Portaria nº 5, de 27.08.2002; e a Portaria nº 7, de 03.09.2003,.

Proteção Contratual

- Outrossim, além da possibilidade do juiz reconhecer a nulidade de determinada cláusula inserida em contrato de consumo – mantendo em vigor para excluir apenas os efeitos da cláusula abusiva, o magistrado dispõe da prerrogativa de revisar o contrato, modificando o conteúdo da cláusula para alcançar o desejado equilíbrio nas relações entre consumidor e fornecedor.
- Estabelece o art.6º, V, que é **direito básico do consumidor** “a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas”.
- Um bom exemplo da aplicação da revisão contratual ocorreu em janeiro de 1999, quando o dólar sofreu um exagerado e repentino aumento. Os tribunais brasileiros recorreram ao disposto no art. 6º, V, do CDC para substituir a moeda americana como índice de correção monetária de contratos de arrendamento e financiamento de veículos, de modo a restaurar a proporcionalidade e o equilíbrio desses contratos.

Proteção Contratual

- Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:
 - I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;
 - II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;
 - III - acréscimos legalmente previstos;
 - IV - número e periodicidade das prestações;
 - V - soma total a pagar, com e sem financiamento.
- § 1º As multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigações no seu termo não poderão ser superiores a dois por cento do valor da prestação. ([Redação dada pela Lei nº 9.298, de 1º.8.1996](#))
- § 2º É assegurado ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.
- § 3º ([Vetado](#)).

Proteção Contratual

- **Empréstimo e financiamento**
-
- A Lei nº 8.078/90 estabelece no art. 52 algumas regras específicas para o fornecimento de produtos e serviços que envolva a **concessão de crédito**.
-
- A ideia básica é que o consumidor tenha completa noção do **custo efetivo total** do empréstimo (juros, “taxas” e tributos). Somente conhecendo o preço total do empréstimo, é possível realizar uma decisão consciente sobre a aquisição do bem mediante crediário. Com as informações, pode o consumidor decidir, efetivamente, sobre os benefícios e diferenças do pagamento à vista ou parcelado.
-
- A informação adequada e completa sobre o empréstimo, incluindo aí a forma de cálculo de reajuste das prestações, bem como impacto no orçamento familiar, é fundamental para a decisão do consumidor, inclusive para evitar situações de **superendividamento**.

Proteção Contratual

- A doutrina assinala que os fornecedores, a par de informar, possuem o dever de aconselhar sobre todos riscos do contrato, principalmente os decorrentes da impossibilidade de pagamento.
- A jurisprudência dos tribunais de vários Estados não restringem a multa de 2% apenas ao “fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor”, conforme *caput* do art. 52: aplicam a limitação a todos os contratos de consumo.
- Revela-se ilegal a cobrança de “tarifa”, “multa” ou qualquer outro valor pelo exercício do direito de liquidação antecipada (total ou parcial) do débito. Tal cobrança implica inadmissível limitação à faculdade do consumidor de extinguir, com o pagamento, o vínculo contratual ou de reduzir o saldo devedor. Por sua vez, a redução é relativa ao valor total do empréstimo com os juros. Deve ser proporcional aos meses pagos. Quanto maior o número de prestações a vencer (vincendas), maior será a redução.
- Se, a título de quitação antecipada, o consumidor for cobrado e pagar mais do que deveria, tem ele o direito a exigir a devolução em dobro do que foi pago indevidamente (art. 42, do CDC).

Proteção Contratual

- Art. 53. Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado.
- § 1º [\(Vetado\)](#).
- § 2º Nos contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, a compensação ou a restituição das parcelas quitadas, na forma deste artigo, terá descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízos que o desistente ou inadimplente causar ao grupo.
- § 3º Os contratos de que trata o caput deste artigo serão expressos em moeda corrente nacional.

Proteção Contratual

- **Os Contratos de Adesão**
- Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.
- § 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.
- § 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressaltando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

Proteção Contratual

- § 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, cujo tamanho da fonte não será inferior ao corpo doze, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor. [\(Redação dada pela nº 11.785, de 2008\)](#)
- § 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Proteção Contratual

- **Contrato de adesão**
- Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.
- Em regra, são documentos impressos, digitados, com um ou outro espaço em branco para ser preenchido com dados pessoais do consumidor. A inserção de uma ou outra disposição manuscrita não afeta a característica do contrato de adesão.
- É importante destacar que a lei não proíbe a utilização dos contratos de adesão nas relações de consumo. Entretanto, são estabelecidas regras e procedimentos que, se descumpridos, retiram todo o valor jurídico da contratação, permitem a aplicação de sanções administrativas pelos órgãos de proteção ao consumidor e indenização pelos danos materiais e morais causados ao consumidor.

Proteção Contratual

- Como a vontade do consumidor não é suficiente para estabelecer o conteúdo de várias cláusulas, o Código deseja, ao menos, que se tenha pleno conhecimento de todas as obrigações que são assumidas no momento da contratação, devendo ser igualmente claros também os deveres do fornecedor.
- Assim, por exemplo, não possui qualquer valor jurídico a prática de, no momento da contratação, o consumidor assinar um papel informando que possui pleno conhecimento de todas as condições do contrato que estão registradas em determinado Cartório de Títulos e Documentos.
- Para que esta compreensão seja possível, os contratos devem ser redigidos em termos claros e objetivos. Não pode haver palavras técnicas ou expressões de conhecimento restrito a apenas profissionais de determinada área, como *tabela price*.
- Se necessário, quadros, desenhos e exemplos podem ser utilizados para facilitar a compreensão do consumidor.

Proteção Contratual

- O tamanho das letras é outro aspecto importante e deve considerar, inclusive, as pessoas que possuem, mesmo com correção, alguma dificuldade de leitura. A lei estabelece o tamanho da fonte que não será inferior ao corpo doze. Outro meio de dificultar a compreensão do consumidor é estabelecer contratos longos que, na verdade, visam a desestimular a leitura do documento.
- Se determinada cláusula restritiva de direito do consumidor não é gravada com destaque ou, ainda, escrita de modo a dificultar a compreensão, o contrato pode ser parcialmente invalidado, retirando-se a eficácia da referida disposição contratual.
- A interpretação teleológica deste dispositivo CDC é no sentido de que as principais obrigações do consumidor devem estar em destaque (preço, número das parcelas, forma de reajuste, prazos de entrega ou carências nos planos de saúde), até porque são poucas e excepcionais as situações em que se admite a limitação a direito do consumidor.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10024122816382001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 10/02/2014**
- Ementa: AÇÃO DE DECLARAÇÃO DE NULIDADE DE CLÁUSULA ABUSIVA C/C OBRIGAÇÃO DE FAZER - PLANO DE SAÚDE - ILEGITIMIDADE ATIVA - REJEITADA - NEGATIVA EM COBRIR PROCEDIMENTO CIRÚRGICO PELA AUSÊNCIA DE COBERTURA - INTERPRETAÇÃO DAS CLÁUSULAS COM BASE NA BOA-FÉ OBJETIVA E NA FUNÇÃO SOCIAL DOS CONTRATOS - RELAÇÃO DECONSUMO -SENTENÇA MANTIDA. -Sendo o apelado beneficiário do plano de saúde, e sujeito do direito que alega ter sido violado, possui legitimidade ativa para exigir a prestação dos serviços contratados. -O dispositivo de plano de saúde que exclui a cobertura de determinados procedimentos cirúrgicos é dissonante da boa-fé que deve pautar os contratos de consumo.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelação Cível APL 597075120058070001 DF 0059707-51.2005.807.0001 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 09/01/2009**
- Ementa: CONSUMIDOR, CIVIL E PROCESSO CIVIL. APELAÇÃO CÍVEL. OPERADORA DE PLANO DE SAÚDE. NATUREZA JURÍDICA. IRRELEVÂNCIA.CONTRATO SUJEITO AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR .INTERPRETAÇÃO DAS CLÁUSULAS. MULTA (ASTREINTES) COMINADA EM ANTECIPAÇÃO DA TUTELA. HONORÁRIOS. 1. OS CONTRATOS DE PLANO DE SAÚDE ESTÃO SOB A ÉGIDE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR , SENDO IRRELEVANTE A NATUREZA JURÍDICA ASSUMIDA PELA OPERADORA PARA PRESTAR OS SERVIÇOS AOS SEUS CLIENTES. PRECEDENTE DO COLENDO STJ. 2. INEXISTINDO A EXPRESSA EXCLUSÃO DO TRATAMENTO, COMPARECE INVIÁVEL AO INTÉRPRETE FAZÊ-LA, SOB PENA DE MALFERIR PRINCÍPIO MAIOR DA INTERPRETAÇÃO DOS CONTRATOS DE CONSUMO. INTELIGÊNCIA DO ARTIGO 47 DA LEI Nº 8.078 /90. 3. RESTANDO COMPROVADO QUE O ATRASO NO CUMPRIMENTO DA DECISÃO QUE ANTECIPOU OS EFEITOS DA TUTELA SE DEU POR JUSTO MOTIVO, COMPARECE DESNECESSÁRIA A APLICAÇÃO DA MULTA, MORMENTE QUANDO O ATENDIMENTO SE DEU EM PRAZO BASTANTE RAZOÁVEL. 4. DEVE SER MANTIDA A VERBA HONORÁRIA ARBITRADA QUANDO SE OBSERVA QUE ESTA FOI FIXADA DENTRO DOS PARÂMETROS LEGAIS. 5. RECURSO PARCIALMENTE PROVIDO.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelação Cível APL 178517320068070001 DF 0017851-73.2006.807.0001 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 12/05/2008**
- Ementa: CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE IMÓVEL. RESILIÇÃO. INADIMPLEMENTO. RETENÇÃO DE VALOR DESEMBOLSADO. VALOR ATUALIZADO DO CONTRATO. A INTERPRETAÇÃO DE CONTRATOS DECONSUMO HÁ DE SER FEITA EM FAVOR DOS CONSUMIDORES. DESSA FORMA, EM CASO DE RESILIÇÃO POR INADIMPLEMENTO, SÓ DEVE HAVER RETENÇÃO DAQUILO QUE, DE FATO, FOI RECEBIDO POR FORÇA DO CUMPRIMENTO DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATO. SE NÃO HOUE CUMPRIMENTO DAS PRESTAÇÕES NO VALOR GLOBAL DO CONTRATO, QUE SÓ SE ALCANÇA COM O EFETIVO PAGAMENTO INTEGRAL DO PREÇO VERSADO, NÃO PODE, EVIDENTEMENTE, O VALOR DO CONTRATO SERVIR DE PARÂMETRO PARA INCIDIR PENALIDADE.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-PE - Agravo AGV 168574 PE 1685747 \(TJ-PE\)](#)
- **Data de publicação: 27/04/2010**
- Ementa: RECURSO DE AGRAVO. AGRAVO LEGAL. APELAÇÃO CÍVEL. CONSUMIDOR. PLANO DE SAÚDE. NEGATIVA DE COBERTURA POR AUSÊNCIA DE PREVISÃO NO ROL DE PROCEDIMENTOS DA AGÊNCIA NACIONAL DE SAÚDE COMPLR (ANS). NULIDADE DA CLÁUSULA. NEGATIVA INDEVIDA. AFRONTA AO ART. 557. INOCORRÊNCIA. AGRAVO A QUE SE NEGA PROVIMENTO. 1. É nula a cláusula contratual de plano de saúde que exclui a cobertura de determinados tratamentos, sob o argumento de não estarem previstos no rol de procedimentos da ANS, ante a sua abusividade. 2. Assim, não se tratando de procedimentos decorrentes de patologias clara e expressamente excluídas da cobertura contratual, esta é devida, já que a interpretação dos contratos de consumo deve ser feita visando à proteção do interesse do consumidor. 3. O julgamento monocrático pelo relator encontra autorização no art. 557 do CPC , permitindo-lhe negar seguimento a recurso manifestamente improcedente, sem necessidade de fundamentação expressa em súmula ou jurisprudência dominante.

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 1340604 RJ 2012/0141690-8 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 22/08/2013**
- Ementa: ADMINISTRATIVO. CONSUMIDOR. DIREITO DE ARREPENDIMENTO. ART. 49 DO CDC . RESPONSABILIDADE PELO VALOR DO SERVIÇO POSTAL DECORRENTE DA DEVOLUÇÃO DO PRODUTO. CONDOTA ABUSIVA. LEGALIDADE DA MULTA APLICADA PELO PROCON. 1. No presente caso, trata-se da legalidade de multa imposta à TV SKY SHOP (SHOPTIME) em razão do apurado em processos administrativos, por decorrência de reclamações realizadas pelos consumidores, no sentido de que havia cláusula contratual responsabilizando o consumidor pelas despesas com o serviço postal decorrente da devolução do produto do qual pretende-se desistir. 2. O art. 49 do Código de Defesa do Consumidor dispõe que, quando o contrato de consumo for concluído fora do estabelecimento comercial, o consumidor tem o direito de desistir do negócio em 7 dias ("período de reflexão"), sem qualquer motivação. Trata-se do direito de arrependimento, que assegura o consumidor a realização de uma compra consciente, equilibrando as relações de consumo. 3. Exercido o direito de arrependimento, o parágrafo único do art. 49 do CDC especifica que o consumidor terá de volta, imediatamente e monetariamente atualizados, todos os valores eventualmente pagos, a qualquer título.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelacao Civel APC 20130310328640 DF 0032408-15.2013.8.07.0003 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 23/09/2014**
- Ementa: CIVIL E CONSUMIDOR. SEGURO DE SAÚDE. INTERNAÇÃO HOSPITALAR PSIQUIÁTRICA. LIMITAÇÃO TEMPORAL. CLÁUSULA ABUSIVA. NULIDADE DE CLÁUSULA. 1. São aplicáveis aos contratos de assistência à saúde as normas do Código de Defesa do Consumidor, motivo pelo qual as cláusulas contratuais que levem o segurado a uma situação exageradamente desvantajosa em relação à seguradora devem ser tidas como nulas, bem como ser analisadas de forma restritiva. 2. A cláusula contratual que limita temporalmente o custeio do tratamento deixa o consumidor em posição nitidamente desfavorável em relação ao fornecedor, encontrando óbice ao que preconiza o enunciado da Súmula 302, do colendo Superior Tribunal de Justiça: “É abusiva a cláusula contratual de plano de saúde que limita no tempo a internação hospitalar do segurado.” 3. Em recente decisão, o colendo Superior Tribunal de Justiça reafirmou o entendimento de que são indevidas as restrições temporais e de valores efetuadas por planos de saúde.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelacao Civel APC 20090610094599 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 24/01/2014**
- Ementa: AÇÃO DE REVISÃO DE CONTRATO. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . ALEGAÇÃO DA PRESENÇA DE CLÁUSULAS ABUSIVAS. 1. CORRETA A SENTENÇA QUE DETERMINOU A APLICAÇÃO DA TAXA DE JUROS EFETIVAMENTE CONTRATADA, NO CÁLCULO DA PARCELA. 2. NÃO É POSSÍVEL EXIGIR DO CONSUMIDOR O PAGAMENTO DE VALORES A TÍTULO DE 'DESPESAS COM INTERMEDIADOR COM FINANCEIROS' QUANDO NÃO HÁ QUALQUER INFORMAÇÃO ACERCA DA FINALIDADE DA TAXA. 3. RECURSO DESPROVIDO

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-MG - Apelação Cível AC 10024095104113001 MG \(TJ-MG\)](#)
- **Data de publicação: 11/10/2013**
- **Ementa:** APELAÇÃO CÍVEL. PLANO DE SAÚDE. **CLÁUSULA ABUSIVA.CONSUMIDOR** EM DESVANTAGEM EXAGERADA. DIFICULDADE DE COMPREENSÃO DO SENTIDO E ALCANCE DA PREVISÃO. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. VALOR. 1. Deve ser reconhecida a abusividade de **cláusula** de exclusão constante em contrato de plano de saúde quando referida **cláusula** coloca o**consumidor** em desvantagem exagerada, dificultando sua compreensão sobre o sentido e alcance da previsão. 2. A recusa injusta de cobertura de tratamento necessário à preservação da saúde do paciente se afigura manifestamente **abusiva**. 3. É devida a indenização por danos morais nas hipóteses de recusa injusta do plano de saúde à cobertura de tratamento de quimioterapia e radioterapia, uma vez que referida conduta agrava a situação de angústia do segurado, que já se encontra com a saúde debilitada. 4. O valor da indenização por danos morais deve ser fixado em consonância com os princípios da razoabilidade e proporcionalidade.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Agravo de Instrumento AI 181224620108070000 DF 0018122-46.2010.807.0000 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 09/02/2011**
- Ementa: AGRAVO DE INSTRUMENTO - AÇÃO DE COBRANÇA - PREVIDÊNCIA PRIVADA - CONTRATO DE ADESÃO - CONSUMIDOR - COMPETÊNCIA - AUSÊNCIA DE CLÁUSULA DE ELEIÇÃO DE FORO ABUSIVA E DE DIFICULDADE DE DEFESA DO CONSUMIDOR. 1.A COMPETÊNCIA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO É ABSOLUTA APENAS NAS HIPÓTESES EM QUE HOVER ABUSIVIDADE DE CLÁUSULA CONTRATUAL DE ELEIÇÃO DE FORO (CPC 112 PARÁGRAFO ÚNICO), DIFICULTANDO, ASSIM, A DEFESA DO CONSUMIDOR. 2. QUANDO SE TRATAR DE COMPETÊNCIA TERRITORIAL, AINDA QUE AFETA À RELAÇÃO DE CONSUMO, SUA NATUREZA É RELATIVA, E, PORTANTO, NÃO PODE SER DECLARADA DE OFÍCIO PELO MAGISTRADO (SÚMULA 33 DO STJ). 3. DEU-SE PROVIMENTO AO AGRAVO DE INSTRUMENTO PARA FIXAR A COMPETÊNCIA NO FORO ELEITO PELO CONSUMIDOR AO INGRESSAR COM A AÇÃO.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - Apelacao Civel APC 20120310024160 DF 0002306-44.2012.8.07.0003 \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 06/12/2013**
- **Ementa:** PROCESSUAL CIVIL E **CONSUMIDOR**. OBRIGAÇÃO DE FAZER. PLANO DE SAÚDE. CIRURGIA. AUTORIZAÇÃO. DEMORA. **CONTRATO DE ADESÃO.CONSUMIDOR**. VULNERABILIDADE. DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL. DANOS MORAIS. OCORRÊNCIA. 1. À OPERADORA DE PLANOS DE SAÚDE INCUMBE PROPORCIONAR AO **CONSUMIDOR**, PARTE MAIS FRÁGIL E VULNERÁVEL DA RELAÇÃO CONTRATUAL, O ADEQUADO TRATAMENTO NECESSÁRIO À CURA DE SUA ENFERMIDADE, SENDO INJUSTIFICÁVEL A DEMORA NA CONCESSÃO DE AUTORIZAÇÃO DE PROCEDIMENTO CIRÚRGICO DE URGÊNCIA. 2. CONQUANTO O SIMPLES INADIMPLENTO CONTRATUAL NÃO RENDA ENSEJO À INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS, QUANDO DELE RESULTA VIOLAÇÃO OU AGRAVAMENTO DA INTERFERÊNCIA INDEVIDA NA ESFERA DA INTIMIDADE, DA HONRA, DA VIDA PRIVADA E DA IMAGEM DA VÍTIMA, DEVE HAVER A COMPENSAÇÃO PECUNIÁRIA POSTULADA. 3. RECURSO NÃO PROVIDO.



Sanções Administrativas

- Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.
- § 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.
- § 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.
- § 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Sanções Administrativas

- Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:
 - I - multa;
 - II - apreensão do produto;
 - III - inutilização do produto;
 - IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
 - V - proibição de fabricação do produto;
 - VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
 - VII - suspensão temporária de atividade;
 - VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

Sanções Administrativas

- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
 - X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
 - XI - intervenção administrativa;
 - XII - imposição de contrapropaganda.
-
- Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo

Sanções Administrativas

- Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. [\(Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.5.1993\)](#)
- Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. [\(Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 6.9.1993\)](#)

Sanções Administrativas

- Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Sanções Administrativas

- Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.
- § 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.
- § 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.
- § 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Sanções Administrativas

- Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.
- § 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, freqüência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.
- § 2º [Vetado](#)
- § 3º [Vetado](#)



Infrações Penais

- Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes.
- Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:
 - Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.
 - § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.
 - § 2º Se o crime é culposo:
 - Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Infrações Penais

- Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:
 - Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.
 - Parágrafo único. Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo.
 -
- Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:
 - Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa.
 - Parágrafo único. As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte.
 -

Infrações Penais

- Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:
 - Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.
 - § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.
 - § 2º Se o crime é culposos;
 - Pena Detenção de um a seis meses ou multa.
- Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:
 - Pena Detenção de três meses a um ano e multa.
 - Parágrafo único. [\(Vetado\)](#).

Infrações Penais

- Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:
 - Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:
 - Parágrafo único. [\(Vetado\)](#).
- Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade:
 - Pena Detenção de um a seis meses ou multa.
- Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor:
 - Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Infrações Penais

- Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:
 - Pena Detenção de três meses a um ano e multa.
- Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:
 - Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa.
- Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:
 - Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Infrações Penais

- Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;
- Pena Detenção de um a seis meses ou multa.
- Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

Infrações Penais

- Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:
- I - serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;
- II - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;
- III - dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;
- IV - quando cometidos:
 - a) por servidor público, ou por pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;
 - b) em detrimento de operário ou rurícola; de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental interditadas ou não;
- V - serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais .

Infrações Penais

- Art. 77. A pena pecuniária prevista nesta Seção será fixada em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa da liberdade cominada ao crime. Na individualização desta multa, o juiz observará o disposto no art. 60, §1º do Código Penal.
- Art. 78. Além das penas privativas de liberdade e de multa, podem ser impostas, cumulativa ou alternadamente, observado o disposto nos arts. 44 a 47, do Código Penal:
 - I - a interdição temporária de direitos;
 - II - a publicação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, às expensas do condenado, de notícia sobre os fatos e a condenação;
 - III - a prestação de serviços à comunidade.

Infrações Penais

- Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.
- Parágrafo único. Se assim recomendar a situação econômica do indiciado ou réu, a fiança poderá ser:
 - a) reduzida até a metade do seu valor mínimo;
 - b) aumentada pelo juiz até vinte vezes.
- Art. 80. No processo penal atinente aos crimes previstos neste código, bem como a outros crimes e contravenções que envolvam relações de consumo, poderão intervir, como assistentes do Ministério Público, os legitimados indicados no art. 82, inciso III e IV, aos quais também é facultado propor ação penal subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-SP - Apelação APL 06002318220138260014 SP 0600231-82.2013.8.26.0014 \(TJ-SP\)](#)
- **Data de publicação: 08/05/2014**
- Ementa: EMBARGOS À EXECUÇÃO FISCAL PROCON MULTA PRÁTICA ABUSIVA CONFIGURADA CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR A CONDUTA DO AUTOR AO ENVIAR CARTÃO DE CRÉDITO AO CONSUMIDOR SEM PRÉVIO PEDIDO CONFIGURA INFRAÇÃO AO ART. 39 , III , DO CDC IMPOSIÇÃO DE SANÇÃO ADMINISTRATIVA CABIMENTO OBSERVÂNCIA DOS CRITÉRIOS LEGAIS ART. 57 , PARÁGRAFO ÚNICO DO CDC PORTARIA DO PROCON QUE SE LIMITOU A ESTABELECECR CRITÉRIOS DE APLICABILIDADE DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS PROPORCIONALIDADE OBSERVADA VERBA HONORÁRIA REDUZIDA "Nas causas em que não haja condenação, os honorários advocatícios devem ser fixados de forma equitativa pelo juiz, nos termos do § 4º do art. 20 , CPC , não ficando adstrito o juiz aos limites percentuais estabelecidos no § 3º, mas aos critérios neste previstos" (STJ - 4ª T. , REsp 226.030-SP, rel. Min. Sálvio de Figueiredo, j. 7.10.99, deram provimento parcial, v.u., DJU 16.11.99, p. 216). RECURSO PROVIDO EM PARTE.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-RS - Apelação Cível AC 70056176456 RS \(TJ-RS\)](#)
- **Data de publicação: 05/09/2013**
- Ementa: APELAÇÃO CÍVEL. DIREITO TRIBUTÁRIO. EMBARGOS À EXECUÇÃO. MULTA APLICADA PELO PROCON MUNICIPAL. SERVIÇO DE TELEFONIA MÓVEL. PROCEDIMENTO ADMINISTRATIVO E SANÇÃO IMPOSTA À EMPRESA DE TELEFONIA. INTELIGÊNCIA DO ARTIGO 56 , I , DO CDC E ARTIGO 22, IV, DA LEI 2.181 /97. Diante da constatação da venda de aparelhos de celular com defeito, havendo negativa da troca dos celulares, nos termos do artigo 18 , § 1º , I , do CDC , correto o procedimento administrativo, que agiu em defesa do direito do consumidor, impondo sanção à empresa de telefonia, nos termos do Decreto Federal 2.181 /97. Precedentes do TJRS. MULTA APLICADA. REQUISITOS DO ARTIGO 57 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR . ADEQUAÇÃO. OBSERVADOS OS PRINCÍPIOS DA RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE. Observados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade na aplicação da sanção à concessionária, cumprindo os requisitos do artigo 57 do Código de Defesa do Consumidor , deve ser mantida a multa aplicada. Apelação com seguimento negado. (Apelação Cível Nº 70056176456, Vigésima Segunda Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Carlos Eduardo Zietlow Duro, Julgado em 03/09/2013)

Jurisprudência Seleccionada

- [STJ - RECURSO ESPECIAL REsp 740061 MG 2005/0056417-2 \(STJ\)](#)
- **Data de publicação: 22/03/2010**
- Ementa: CIVIL E PROCESSUAL CIVIL. CONSUMIDOR. AÇÃO INDENIZATÓRIA. INSCRIÇÃO INDEVIDA EM CADASTRO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. DANOS MORAIS. PRESCRIÇÃO. 1. A relação jurídica existente entre o contratante/usuário de serviços bancários e a instituição financeira é disciplinada pelo Código de Defesa do Consumidor , conforme decidiu a Suprema Corte na ADI 2591. Precedentes. 2. O defeito do serviço ensejador de negativação indevida do nome do consumidor, ato ilícito em essência, caracterizando-se também infração administrativa (art. 56 do CDCc/c o art. 13 , inc. XIII, do Decreto 2.181 /1997) e ilícito penal (arts. 72 e 73 do CDC), gerando direito à indenização por danos morais, não se confunde com o fato do serviço, que pressupõe um risco à segurança do consumidor. 3. Portanto, não se aplica, no caso, o art. 27 CDC , que se refere aos arts. 12 a 17, do mesmo diploma legal. 4. Inexistindo norma específica quanto ao prazo prescricional aplicável ao caso, é de rigor a incidência do art. 177 do CC/1916 . 5. Recurso especial conhecido e provido.

Jurisprudência Seleccionada

- [TJ-DF - APELAÇÃO CÍVEL NO JUIZADO ESPECIAL ACJ 20060610120127 DF \(TJ-DF\)](#)
- **Data de publicação: 13/04/2007**
- Ementa: CIVIL. CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL. VÍCIO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS. DESCUMPRIMENTO CONTRATUAL. CONSERTO MECÂNICO DE MOTOR DE MOTOCICLETA COM IRREGULARIDADES. UTILIZAÇÃO DE PEÇAS USADAS. CONSTATAÇÃO MEDIANTE PARECER TÉCNICO DE EMPRESA ESPECIALIZADA. COBRANÇA DE PEÇAS NOVAS. MAU FUNCIONAMENTO DO BEM. ART. 30 , DO CDC . CONDUTA PREVISTA NO ART. 70 DO CDC COMO INFRAÇÃO PENAL. EMPREGO, NA REPARAÇÃO DE PRODUTOS, DE PEÇAS OU COMPONENTES DE REPOSIÇÃO USADOS, SEM AUTORIZAÇÃO DO CONSUMIDOR. REVELIA. PRESUNÇÃO DE VERACIDADE CORROBORADA PELOS DEMAIS ELEMENTOS DE PROVA. PROTEÇÃO DA BOA-FÉ CONTRATUAL. ARTS. 421 E 422, CCB/02. APLICAÇÃO DO ART. 14 C/C ART. 20 , DO CDC . JUSTA CAUSA NÃO DEMONSTRADA. RESTITUIÇÃO DA QUANTIA PAGA. VEDAÇÃO AO ENRIQUECIMENTO SEM CAUSA - ART. 884, DO CCB. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. UNÂNIME. PROVIMENTO



Defesa do Consumidor em Juízo

- **Direitos Protegidos por Ações Coletivas: Direitos Difusos, Coletivos e Individuais Homogêneos**

Direitos difusos:

São os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato.

Direitos coletivos:

São 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.

Direitos individuais homogêneos:

São aqueles interesses ou direitos individuais que têm origem comum



Defesa do Consumidor em Juízo

- **Direitos Protegidos por Ações Coletivas: Direitos Difusos, Coletivos e Individuais Homogêneos**

Direitos difusos:

São os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato.

Direitos coletivos:

São 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.

Direitos individuais homogêneos:

São aqueles interesses ou direitos individuais que têm origem comum





Defesa do Consumidor em Juízo

- **Legitimidade para a Defesa de Direitos e Interesses Coletivos**

- a) **Legitimados para propor Ação Civil Pública** – é a principal ação coletiva

Pelo art. 5 da Lei da Ação Civil Pública 7.347/85:

I - MP;

II - Defensoria Pública

III - Administração Pública direta e indireta – pessoas de direito público e privado;

IV - Associações, com pelo menos 01 ano de existência e possuem finalidade institucional para defender interesse coletivo “lato sensu”. O requisito da pré-constituição da associação de 01 ano poderá ser dispensado pelo juiz, quando houver interesse social relevante. (art. 5º, §4º da Lei 7347/85)



Defesa do Consumidor em Juízo

■ Legitimidade para a Defesa de Direitos e Interesses Coletivos

a) Legitimados para propor Ação Civil Pública – é a principal ação coletiva

Pelo CDC, são legitimados:

I - Ministério Público,

II - A União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - As entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV - As associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.



Defesa do Consumidor em Juízo

- **Legitimidade para a Defesa de Direitos e Interesses Coletivos**

b) Inversão do Ônus da Prova

A inversão do ônus da prova em favor do consumidor não é automática, pois se dá a critério do juiz, quando estiver convencido da verossimilhança das alegações ou, alternativamente, da sua hipossuficiência.

Verossímil é uma alegação crível ou aceitável dentro de uma realidade fática. Aqui não se cogita a presença de uma prova robusta, cabal e definitiva, mas sim da chamada primeira aparência, proveniente das regras de experiência comum, que viabiliza um juízo de probabilidade.



Defesa do Consumidor em Juízo

- **Ações Coletivas para a Defesa de Interesses Individuais Homogêneos**

Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços deve ser observado que a ação pode ser proposta no domicílio do autor.





Direito do Consumidor

25/07/2014

Prof. Ricardo Maurício

