

## 1. INTRODUÇÃO HISTÓRICA.

- A preocupação com os direitos difusos e coletivos, embora já existisse antes, foi acentuada pela revolução industrial, na segunda metade do século XVIII na Inglaterra e por volta de 1950 no Brasil.
- Alguns exemplos da preocupação com os direitos do consumidor no período anterior são:
  - Código de Hammurabi: O arquiteto devia corrigir problemas estruturais por sua conta;
  - Código de Manu: Havia pena de multa e ressarcimento de danos em caso de adulteração de gêneros alimentícios.
- Há também registros de preocupação com o direito ambiental.
  - Havia no Novo Império Egípcio, como testamento do morto, declarações de que ele não havia maltratado os animais sagrados, prejudicado as lavouras, sujado a água, usurpado a terra, etc.
- A Inglaterra foi o berço da revolução industrial por que:
  - Vitória da Burguesia sobre a Monarquia, que permitiu a busca dos mercados mundiais;
  - Possuía a maior e melhor frota mercante, em virtude do bloqueio continental.
  - Possuía mão de obra barata, em virtude do cercamento dos campos;
  - Burguesia tinha capital para financiar fábricas, adquirir matéria-prima, insumos e para contratar empregados;
  - Inexistência de guerras em seu território, tendo em vista a impossibilidade de Napoleão atacá-la.
- A estrutura da sociedade inglesa era formada por: Nobres e Clero; Artesãos e estrangeiros; Camponeses e escravos.
  - Os artesãos eram responsáveis pela cadeira produtiva, e antes da revolução industrial havia um contato direto entre eles e o consumidor, o que diminuía os problemas na relação de consumo.
  - Com a revolução industrial, a produção que era artesanal passou a ser segmentada e em larga escala, gerando:
    - ❖ Redução da qualidade, em conjunto com a redução dos preços dos produtos.
    - ❖ Dissolução do contato do consumidor com o artesão;
    - ❖ Dificuldade de o consumidor obter informações sobre o produto.
- As regras do mercado passaram a ser regidas pelo liberalismo econômico.
  - O Estado não intervinha na economia
- Benefícios do liberalismo econômico:
  - Maior desenvolvimento técnico-científico;
  - Maior parcela da população teve acesso aos produtos;
  - Os produtos passaram a ser fabricados em série;
  - Houve o desenvolvimento das relações de crédito;
  - Formaram-se as metrópoles e as megalópoles;
  - Houve o avanço do capitalismo.
- Malefícios do liberalismo econômico:
- Houve o desaparecimento de alguns profissionais do mercado (artesãos);
  - Queda da qualidade dos produtos e impossibilidade de reclamar, tendo em vista que o consumidor não conseguia identificar para quem deveria dirigir as reclamações;
  - Passou a vigorar o capitalismo selvagem;
  - Queda da qualidade de vida;
  - Surgimento de novas técnicas de marketing, que enganavam os consumidores;
  - Agressão ao meio ambiente;
  - Descrédito do Judiciário;
- As "Trade Unions" começaram a surgir em busca de melhores condições de trabalho nas fábricas. Eram os correspondentes da época a um sindicato.
- A "revolução das massas": foi uma revolta da população que passou a exigir do Estado a melhoria da qualidade de vida e das condições de trabalho.
  - Com isso, surgiu uma preocupação com os direitos de "segunda geração", que são os direitos sociais e coletivos
  - Surgiram os Estados Democráticos de Direito.

## 2. DIREITOS DIFUSOS, COLETIVOS E INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS

→ **CDC. Art. 81.** A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

**Parágrafo único.** A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

**I** - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

**II** - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, 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;

**III** - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

➤ Os Direitos coletivos *lato sensu* dividem-se em:

- **Difusos:** transindividuais; indivisíveis; pessoas indeterminadas.
  - ❖ Não é possível atribuir esses direitos a uma pessoa nem a um grupo
  - ❖ Exemplos:
    - Acessibilidade; restabelecimento de serviço público; direitos do idoso; direitos da criança e do adolescente.
    - Uma medida que vai gerar benefícios para os aposentados presentes e futuros é um direito difuso.
- **Coletivos *strictu sensu*:** transindividuais; indivisíveis; grupos, categorias ou classes de pessoas.
  - ❖ O direito é atribuído a um grupo, categoria ou classe de pessoas.
  - ❖ Exemplo:
    - Uma medida que vai gerar benefício apenas para as pessoas que estão aposentadas no momento, é um direito coletivo.
- **Individuais homogêneos:** Direitos individuais; origem comum; de várias pessoas.
  - ❖ Decorrem de um mesmo fato, mas afetam diversas pessoas individualmente.
  - ❖ A ação para tutela de direito individual homogêneo é coletiva até a sentença, depois, cada pessoa que se sente vítima ingressa com uma ação de liquidação de sentença para demonstrar que fez parte do fato que ensejou a ação e que sofreu um dano.

DIREITOS	TITULARIDADE	RELAÇÃO
Difusos	Indeterminável (Transindividuais)	Circunstância de fato
Coletivos	Indeterminável (Transindividuais) Determinável: o grupo, categoria, classe	Relação Jurídica Base
Individuais Homogêneos	Determinável: o indivíduo	Origem Comum

- Quaisquer direitos coletivos podem ser tutelados por uma ação coletiva.
  - Não confundir, no caso dos direitos individuais homogêneos, com a possibilidade de as pessoas entrarem com ações individuais. Nesse caso a resolução será do direito individual daquele sujeito envolvido, e não do direito homogêneo que envolve toda a coletividade.
- É impossível identificar os direitos coletivos genericamente, é preciso observar o caso prático para verificar se um direito é, naquele caso, difuso, coletivo, etc.
  - Situações que impliquem maior segurança normalmente implicam direitos difusos, porque é impossível identificar quem serão os protegidos pela melhoria.
- O mesmo fato pode gerar direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos.
  - Exemplo: um acidente envolvendo um barco:
    - ❖ Direitos Difusos: uma ação para obrigar as empresas a aumentar a segurança de todas as embarcações.
      - Não é possível identificar os beneficiados, pois toda a coletividade o será.
    - ❖ Direitos Coletivos: uma ação para obrigar a empresa envolvida a fazer uma campanha para resgatar a credibilidade do transporte marítimo.
      - Os beneficiados são as demais empresas de transporte marítimo.
    - ❖ Direitos Individuais Homogêneos: uma ação para indenizar as vítimas do acidente.
      - Os beneficiados são as pessoas que demonstrarem que sofreram um dano em virtude do acidente.

### 3. DISPOSITIVOS CONSTITUCIONAIS

---

- **CF. Art. 5º. XXXII** - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;
- **CF. Art. 24.** Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:  
**VIII** - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;
- **CF. Art. 150. § 5º** - A lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços.
- **CF. 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:  
**V** - defesa do consumidor;
- **CF. Art. 175.** Incumbe ao Poder Público, na forma da lei, diretamente ou sob regime de concessão ou permissão, sempre através de licitação, a prestação de serviços públicos.  
**Parágrafo único.** A lei disporá sobre:  
**II** - os direitos dos usuários;  
**IV** - a obrigação de manter serviço adequado.
- **CF. Art. 220. § 4º** - A propaganda comercial de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias estará sujeita a restrições legais, nos termos do inciso II do parágrafo anterior, e conterá, sempre que necessário, advertência sobre os malefícios decorrentes de seu uso.
  - Vale lembrar que apesar de o art. 48 do ADCT prever que o CDC deveria ser elaborado em 120 dias da promulgação da CF, isso demorou quase dois anos para acontecer: 5 de outubro de 1988 a 11 de setembro de 1990.
  - O direito do consumidor, segundo a CF/88, é direito fundamental, protegido por cláusula pétrea, art. 60, §4º, IV da CF.

### 4. PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

---

- **Dignidade da pessoa humana - art. 1º, III e art. 6º:**
  - Alguns entendem que na verdade isso é fundamento, representando mais que um princípio; outros entendem que se trata de um princípio como os demais.
- **Isonomia - art. 5º, "caput":**
  - A relação de consumo é desigual, o direito do consumidor visa justamente equilibrar essa situação e restabelecer a isonomia material e processual. Isonomia real e formal;
  - As discriminações podem ser:
    - ❖ Lícitas: restabelecem a isonomia, tratando desigualmente os desiguais.
    - ❖ Ilícitas: tratam de forma desigual os iguais.
  - Discriminações lícitas (restabelecem a isonomia) e ilícitas;
  - Exemplos:
    - ❖ Mulher pode não pagar entrada? Não, essa discriminação é ilícita.
    - ❖ Pode ser recusada a matrícula de criança doente? Não.
    - ❖ Cartões de descontos das lojas (quem tem paga menos): como o cadastro é facultativo por determinação do CDC, essa diferenciação de preço é abusiva.
    - ❖ Podem os fornecedores fazer preços diferentes para cada consumidor? Em virtude da igualdade nas relações de consumo, os consumidores em situação de igualdade devem pagar igual.
    - ❖ Podem os fornecedores cobrar preços diferentes de acordo com a época ou com o dia da semana? Sim, nesse caso há penas aplicação da lei da oferta e da demanda.
  - A isonomia se projeta no direito do consumidor pelo princípio da vulnerabilidade e da igualdade nas contratações.
- **Educação e Informação - arts. 205 e 220:**
  - A previsão constitucional do direito à educação refere-se ao direito de frequentar a escola e aprender; A informação corresponde ao direito de saber o que acontece no mundo;
  - No CDC a educação e a informação são dois lados da mesma moeda.
    - ❖ O acúmulo de informações leva à educação.
    - ❖ Educação: conhecimento genérico sobre direito do consumidor;
    - ❖ Informação: conhecimento sobre características dos produtos e serviços;

- O dever de informar e educar o consumidor é de todos (Estado, fornecedores, órgãos públicos, associações, sindicatos, etc.).
  - ❖ A informação dos consumidores e fornecedores diminui a litigiosidade no mercado de consumo.
  - ❖ Educação formal: faculdade;
  - ❖ Educação informal: meios de comunicação social.
  - ❖ Informação pré-contratual, contratual e pós-contratual;
- **Princípio da Informação:**
  - A informação deve especificar corretamente a quantidade, características, composição, qualidade e preço, garantia, prazo de validade, origem bem como os riscos à saúde e ou segurança, dentre outros dados essenciais.
  - Informação pré-contratual: visa atrair o consumidor para o contrato;
    - ❖ Se a informação estiver errada, ainda assim, a oferta vincula o fornecedor, que é obrigado a cumpri-la, exceto em casos excepcionais, se o preço é evidente para o consumidor.
    - ❖ Uma vez aceita pelo consumidor, essa informação passa a fazer parte do contrato.
    - ❖ A informação pré-contratual (suficientemente precisa) é oferta.
  - Informação contratual: que consta no contrato;
  - Informação pós-contratual: oferecidas após a realização do contrato.
    - ❖ Ex.: Manual de instruções; receitas fornecidas pelo SAC de empresa de alimentos.
  - **Requisitos da informação:**
    - ❖ Correção: a informação veiculada na oferta não pode ser enganosa.
      - Ex. Informação de que há estoque de 100 unidades quando, na verdade, há apenas 20;
    - ❖ Clareza: a informação deve ser facilmente compreendida.
      - A informação clara não deixa dúvida ao consumidor sobre os elementos essenciais do produto ou serviço (características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade, origem, riscos, etc.).
      - Ex. O consumidor deve saber se o preço é o mesmo para pagamento a vista ou a prazo.
    - ❖ Precisão: diz respeito à extensão da informação.
      - É ilícita a omissão de à informação essencial.
      - Ex.: Anúncio que não menciona limitação quantitativa, de estoque ou o preço.
    - ❖ Ostensividade: a informação veiculada deve ser legível.
    - ❖ Veiculação em língua portuguesa: O uso de outro idioma só pode ser dar em CONJUNTO com a língua portuguesa.

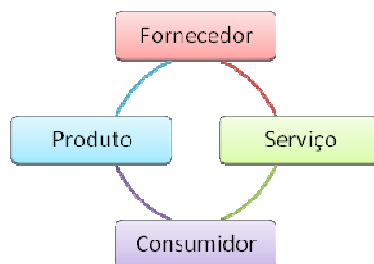
## 5. PRINCÍPIOS LEGAIS

- **Vulnerabilidade do consumidor (art. 4º, I, CDC):**
  - Há presunção absoluta de vulnerabilidade do consumidor.
    - ❖ Vulnerabilidade Técnica ou de informação: O consumidor não tem conhecimento técnico e isso torna mais difícil que ele demonstre suas alegações.
      - Vulnerabilidade não significa necessariamente hipossuficiência. A hipossuficiência desencadeia a inversão do ônus da prova.
    - ❖ Vulnerabilidade Econômica
    - ❖ Vulnerabilidade Jurídica: As empresas têm assistência jurídica especializada.
- **Ação governamental (art. 4º, II, CDC):**
  - O Estado intervém criando órgãos de defesa do consumidor:
    - ❖ Procom;
    - ❖ Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.
  - O Estado possui uma Política Nacional das Relações de Consumo (conjunto de ações para proteção do consumidor)
  - O Estado incentiva a criação de associações civis que tem a finalidade de proteger o consumidor (como o IDEC).
  - O Estado regula o Mercado, preservando a qualidade, segurança, desempenho dos produtos, etc (INMETRO, CADE – fiscaliza as questões contra a ordem econômica).
- **Sistema Nacional de Defesa do Consumidor:**
  - Desenvolvido pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, que é um órgão da Secretaria de Direito Econômico, relacionado ao Ministério da Justiça.

- **Harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores (art.4º, III, CDC):**
  - Marketing de defesa do consumidor, SACs, campanhas de informação, atendimento via internet, etc.
  - Convenção coletiva de consumo (art. 107, CDC).
    - ❖ Pactos entre entidades civis de fornecedores e consumidores para negociar os problemas das relações de consumo.
- **# Princípio da Boa-fé (art. 51, IV, CDC):**
  - A boa fé deve ser do consumidor e do fornecedor. Trata-se da verificação se foi seguido um padrão de comportamento.
    - ❖ É uma garantia à ordem econômica para atendimento da finalidade social das relações de consumo.
    - ❖ Ex. num estacionamento o consumidor deixa bens de valor alto além do normal dentro do carro, há má fé objetiva; consumidor mente ou omite informação no perfil do seguro do carro, há má fé objetiva.
  - Boa-fé deve sempre nortear a interpretação do CDC e deve ser presumida, *juris tantum*, para ambos os sujeitos;
  - Cláusula geral (art. 51, IV do CDC): O Juiz pode criar uma norma para o caso concreto.
  - Boa-fé subjetiva: análise do pensamento, da intenção do agente;
  - Boa-fé objetiva: análise dos atos, do comportamento em si, independente da intenção.
- **Princípio da Prevenção:**
  - O fornecedor não pode colocar no mercado produtos que sabe ou DEVERIA saber que tem alto grau de periculosidade ou nocividade.
  - Recall: quando o perigo é notado depois que o produto entrou no mercado.
    - ❖ Ex: Boneca que tinha tinta com chumbo, o fornecedor deve retirar os produtos.
  - Produtos perigosos devem sempre estar acompanhados de informação.

## 6. RELAÇÃO DE CONSUMO

- A relação de consumo não se confunde nem com as relações de direito civil nem com as relações trabalhistas:
  - A distinção entre as relações de direito civil e de direito do consumidor é o poder de barganha, que inexistente no direito do consumidor, mas esta presente no direito civil
  - A relação de trabalho, que inexistente no direito do consumidor, está presente no direito trabalhista.
  - Exemplos:
    - ❖ Consumidor vende o carro para a loja, pode a loja invocar o CDC contra ele? Não, porque ele não é fornecedor.
      - A loja continua sendo fornecedora porque ela está prestando um serviço para o consumidor.
    - ❖ Empresa de vigilância, se presta um serviço: relação de consumo; Porteiro contratado em relação de caráter trabalhista: não se aplica o CDC.



- Relação de consumo possui dois sujeitos: consumidor e fornecedor
- Relação de consumo possui pelo menos um objeto: produto ou serviço;
- Aplicar o CDC em relações iguais viola o princípio da isonomia.

➤ **Consumidor Real:**

- Definido pelo CDC nos termos do *caput* do artigo 2º:

→ **CDC. Art. 2º** *Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.*

➤ **Podem ser consumidores reais:**

- Pessoa física ou jurídica;
  - ❖ Se for pessoa jurídica a responsabilidade do fornecedor pode ser limitada em situações justificáveis.
- Adquire ou utiliza;
  - ❖ Adquirir serve tanto para a forma onerosa quanto gratuita;
  - ❖ A utilização não precisa ser necessariamente por quem é dono do bem
    - Ex. a pessoa que comprou o bem empresta para outro, esse outro é consumidor.
- Destinatário Final: não basta ser o destinatário fático (que compra por ultimo) é necessário também que seja destinatário econômico (que esgota a finalidade econômica do bem – não faz exploração econômica dele)

➤ **Correntes para determinar quem é "Destinatário Final":**

- Finalista: é a corrente majoritária.
  - ❖ Num primeiro momento só considerava destinatário final quem não utiliza o bem de forma alguma sua atividade. Negava a condição de consumidor da pessoa jurídica.
  - ❖ Estágio atual: considera destinatário quem não explora economicamente o bem adquirido. Se o bem for absolutamente indispensável à sua utilidade estaria descartada a relação de consumo.
  - ❖ Formula: o bem é absolutamente indispensável à atividade?
    - Se for a relação NÃO é de consumo.
- Maximalista: entende que o direito do consumidor é um regulamento de mercado.
  - ❖ Consumidores são aqueles que consomem o produto adquirido ainda que o recoloca posteriormente no mercado.
  - ❖ Nesse caso, qualquer alteração que fosse feita no produto faria com que o comprador se tornasse consumidor
  - ❖ Formula: o bem adquirido vai ser revendido sem prévia transformação?
    - Se sim, a relação NÃO é de consumo.
- Professor Rizzatto Nunes:
  - ❖ Distingue os bens típicos de produção (esta no mercado para produzir – ex. caldeira, etc) e os colocados indistintamente no mercado de consumo (que podem servir para produção ou consumo);
  - ❖ Se o bem é típico de produção, em princípio, está descartada a relação de consumo.
  - ❖ Os bens colocados indistintamente no mercado caracterizam relação de consumo, a menos que a quantidade torne o bem em típico de produção.
  - ❖ A responsabilidade do fornecedor pode ser limitada quando a pessoa jurídica:
    - Participa de uma operação de compra e venda fora do padrão regular de consumo;
    - Tiver um porte razoável;
    - Haja negocia previa antes da inserção no contrato.
- Correste Finalista (Prof. João Batista de Almeida):
  - ❖ O consumidor deve ser usuário final fático e econômico;
- Prof. Cláudia Lima Marques (adotada pelo professor):
  - ❖ O que importa é a vulnerabilidade que caracterizará a relação de consumo
  - ❖ Assim, é o desequilíbrio de forças que define a relação de consumo (uma parte impõe e a outra pode apenas aceitar).
  - ❖ Na relação de consumo não há poder de barganha.

➤ **Consumidor por equiparação:**

- Divide-se em três espécies.

→ **CDC. Art. 2º. Parágrafo único.** Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

❖ Participação na relação:

- Equipara aos consumidores a coletividade de pessoas que tenha participado da relação de consumo. Esse artigo se destina à proteção coletiva.
- Nesse caso, não importa se é possível identificar a coletividade ou não;
- Também não importa se essa coletividade de pessoas sofreu algum dano.
- Exemplo: proibir a colocação no mercado de produtos lesivos à saúde do consumidor.

→ **CDC. Art. 17.** Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

❖ Vítimas do Evento:

- Equipara aos consumidores as vítimas do evento
  - ⊗ Acidente de consumo é evento danoso decorrente de uma relação de consumo.
- Nesse caso, é necessária a ocorrência de dano patrimonial ou moral.
- As vítimas do evento são pessoas que não adquiriram nem utilizaram o produto ou serviço. Essas pessoas são atingidas de forma secundária.
- Exemplos:
  - ⊗ Queda de avião, as pessoas que não estavam no avião e sofreram dano são vítimas do evento;
  - ⊗ Acidente de carro em virtude de um defeito de fabricação, quem não estava no carro é vítima do evento.

→ **CDC. Art. 29.** Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

❖ Definição difusa de consumidor:

- Equipara a consumidor todas as pessoas expostas às práticas previstas no CDC.
- Práticas comerciais: todas as ações dos fornecedores tendentes ou voltadas direta ou indiretamente a circulação de produtos e serviços no mercado de consumo.
  - ⊗ Estocar produtos, anunciar preços, publicidade, etc.
- Esse artigo acaba abarcando o art.2º, §ú. Ambos estão voltados à tutela dos interesses coletivos dos consumidores.
- O consumidor não precisa ser lesado, basta a exposição às práticas

## 8. FORNECEDOR

→ **CDC. Art. 3º.** Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

➤ **Definição de Fornecedor:**

- O fornecedor vende produto ou realiza atividade
  - ❖ Atividade = ação humana com objetivo determinado.
- O rol de atividades é meramente exemplificativo, há diversas atividades não mencionadas que configuram relação de consumo.
  - ❖ Ex: igreja é fornecedora quando aluga um salão ou cobra por um serviço de casamento.
    - Passeador de cachorro é fornecedor; manicure é fornecedor.
- A idéia do fornecedor está ligada à idéia de empresa (que realiza atividade habitual com o intuito de lucro)
  - ❖ As atividades devem ser típicas ou atípicas, eventuais não.
    - Ex. secretária que vende produtos natura para complementar a renda. A atividade de secretária é típica, a venda de produtos é atípica, mas a caracteriza como fornecedor.

- O código quando se refere ao gênero fornecedor inclui o fabricante, o comerciante, o produtor etc.
  - ❖ Fabricante: coloca no mercado de consumo produtos industrializados;
  - ❖ Produtor: coloca no mercado de consumo produtos não industrializados.
  - ❖ Construtor: produtos imobiliários e edificações
  - ❖ Importador: representante no Brasil do fabricante e produtor no estrangeiro.
    - O importador é o único que é comerciante.
- **Classificação do Fornecedor:** Havendo mais de um, todos respondem solidariamente.
  - Real: aquele que efetivamente coloca o produto no mercado
    - ❖ Fabricante, produtor e construtor.
  - Presumido: é o importador e o fornecedor de produtos *in natura*, isto é, aquele no qual não dá para identificar o fornecedor real (art. 18, §5º)
  - Aparente: Aquele que põe seu nome ou marca no produto final.
- **Fornecedores Pessoa Física:**
  - Profissionais Liberais (responsabilidade subjetiva);
    - ❖ Aqueles que exercem uma profissão regulamentada por lei.
    - ❖ Há outra corrente que entende que o profissional liberal é o que exerce a profissão de forma autônoma e independente.
    - ❖ Exceção: o cirurgião plástico assume uma obrigação de resultado, então responde de forma objetiva quando não cumpre o resultado.
  - Prestadores de Serviço;
    - ❖ Incluí todos os demais prestadores de serviço que não são profissionais liberais.
    - ❖ Aqueles que comercializam produtos em caráter atípico
- **Fornecedores Entes Despersonalizados:**
  - Massa Falida, embora não possa mais comercializar tem responsabilidade pelos produtos e serviços que já colocou no mercado.
  - Camelô: é ente despersonalizado e não pessoa física porque tem sede, estoque, funcionário, etc, porque é uma verdadeira pessoa jurídica de fato
  - Espólio do fornecedor pessoa física.
- **Fornecedores Pessoa Jurídica**
  - Pode ser pessoa jurídica pública ou privada, nacional ou estrangeira.

---

## 9. PRODUTO E SERVIÇO

---

→ **CDC. Art. 3º. § 1º.** *Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.*

➤ **Definição de Produto**

- Bem = tudo que desperta interesse de aquisição no público.
- Produto Durável: Não se extingue em decorrência do uso;
  - ❖ Prazo para reclamação: 90 dias.
- Produto Não durável: se extingue ou vai se extinguindo em decorrência do uso.
  - ❖ Prazo para reclamação: 30 dias.
- Produto descartável: é durável de baixa durabilidade segundo o Rizzatto.
- Produto Móvel: suscetível de movimento próprio;
- Produto Imóvel: o solo e tudo que se lhe incorporar.
- Produto Material: suscetível de apreensão física;
- Produto Imaterial: Insuscetível de apreensão física.
  - ❖ Ex. produtos bancários.

→ **CDC. Art. 3º. §2º.** *Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.*

➤ **Definição de Serviço:**

- Serviço é atividade = ação humana com objetivo determinado.
- Serviços não duráveis: são a regra, exaurem-se quando prestados.
- Serviços duráveis:
  - ❖ Prestação se prolonga no tempo, decorrentes de contrato (plano de saúde e serviços educacionais por exemplo);
  - ❖ Deixam como resultado um produto, ainda que não se prolonguem no tempo (pintura da casa, instalação de carpete).



- **Relação entre produto e serviço (“não se vende produto sem serviço”).**
  - Atualmente os produtos estão sempre relacionados a algum serviço
    - ❖ Ex. Lanchonete: há o produto comprado e o serviço do atendimento.
  - Em caso de vício, é preciso verificar se esse problema é decorrente do produto ou do serviço.
- **Serviço e Remuneração.**
  - Serviço é toda e qualquer atividade oferecida no mercado de consumo mediante remuneração.
  - O CDC prevê a remuneração do serviço, mas não do produto.
  - Hoje existe amostra grátis de serviço, de forma que é preciso adaptar o conceito de CDC
    - ❖ Qualquer produto entregue pro consumidor em decorrência de uma relação de consumo enseja aplicação do CDC (o dono de um restaurante quando dá comida para uma pessoa necessitada responde nos termos de CDC).
    - ❖ Todo o serviço oferecido de forma gratuita para chamar o consumidor para a relação de consumo enseja a aplicação do CDC.
    - ❖ O CDC não é aplicado quando a prestação de serviços realmente é gratuita.
- **Serviços Públicos:**
  - A idéia de dignidade da pessoa humana está ligada à idéia de sadia qualidade de vida, nesse sentido os serviços de água e de luz estão ligados à dignidade do consumidor.
  - O STJ entende pela supremacia do interesse público sobre o interesse privado, por isso as empresas de água e luz podem parar a o fornecimento em caso de não pagamento tendo em vista que isso garante a estabilidade do sistema para todos os demais consumidores.

## **10. POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

→ **CDC. 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;*

**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.*

**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;*

**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.*

- O Caput traz uma série de objetivos da política nacional de consumo.
- O fornecedor não pode usar meios para enganar o consumidor.
- O consumidor é sempre presumido vulnerável na relação de consumo.
  - Essa presunção é absoluta, não admite prova em contrário.
- Intervenção do Estado na economia para proteger o consumidor;
- Iniciativa direta: ex: impedir formação de cartéis, monopólios, oligopólios.
- Para haver harmonia na relação de consumo, consumidores e fornecedores devem agir de boa fé
- Mecanismo alternativo de solução dos conflitos do consumo.

→ **CDC. 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.

➤ **Política nacional das relações de consumo.**

- Pretende alcançar a harmonia entre os consumidores e fornecedores;
- "É desenvolvida através do Ministério da Justiça, através da Secretaria de Direito Econômico (SDE), que possui dentre os seus departamentos o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) e de Defesa da Ordem Econômica (DDOE). O primeiro coordena o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor".

---

## 11. DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

---

→ **CDC. Art. 6º** São 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;

➤ Vida, saúde e segurança são os valores mais importantes do consumidor.

➤ Essa proteção está especificamente regulamentada nos artigos 8º a 10º do CDC.

**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 e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

➤ A educação e a informação estão relacionadas e são princípios da relação de consumo.

**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;

➤ Publicidade enganosa = publicidade mentirosa (pode ser uma mentira afirmada ou uma verdade omitida)

➤ Publicidade abusiva = afronta valores do ser humano, explora vulnerabilidades, etc.

➤ Práticas Abusivas: art. 39 do CDC.

**V** - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

➤ A previsão do inciso V é mais do que a cláusula "rebus sic standibus", ou seja mais do que a teoria da imprevisão. Porque não é necessário que a desproporcionalidade seja futura, a revisão é possível mesmo que a cláusula já nasça desproporcional.

**VI** - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

➤ Prevenção e reparação de danos patrimoniais (dano emergente e lucros cessantes) e morais. Esses danos devem ser prevenidos e se ocorrerem devem ser reparados efetivamente, proibida a indenização tarifada.

**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;

**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;

➤ **# Inversão do ônus da prova.**

- Há duas hipóteses de inversão do ônus da prova:
  - ❖ *Ope judicis*: a critério do juiz (Art, 6, VIII)
  - ❖ *Ope Legis*: decorre da lei (Art. 38).

- Desta forma, a inversão prevista no artigo 6 depende de uma decisão judicial. O juiz verifica a existência dos requisitos legais, e havendo os requisitos, o juiz é OBRIGADO a inverter o ônus da prova, porque embora seja a critério do juiz não é a seu arbítrio.
  - ❖ Verossimilhança da alegação: probabilidade de que a alegação seja verdadeira; ou
  - ❖ Hipossuficiência do consumidor: vulnerabilidade agravada pela falta de conhecimento técnico que inviabiliza a demonstração do fato constitutivo do direito.
- O juiz pode inverter o custo da prova, que não equivale a inversão do ônus da prova.
- Inverter o ônus da prova significa que o réu tem que provar o fato extintivo, impeditivo ou modificativo do direito do consumidor independente de o consumidor ter provado o fato constitutivo do seu direito.
- Assim, a falta de fato constitutivo do direito do consumidor pode militar contra o fornecedor se este não provar o fato extintivo, impeditivo ou modificativo do direito.
- O art. 38 do CDC é uma regra específica de prova no caso de questionamento do teor de uma publicidade, sendo que o ônus da prova sempre incumbe a quem realizou (promoveu) a publicidade. Essa inversão ocorre a partir da propositura da ação nesse caso, independente de decisão judicial.
- Momento da inversão do ônus da prova *ope judicis* há duas correntes:
  - ❖ Na decisão de saneamento do processo ou até a decisão de saneamento do processo (minoritária).
    - Se o juiz já verifica a hipossuficiência na inicial, poderia inverter o ônus na decisão que admite a petição inicial.
    - Argumento a favor: a inversão do ônus da prova ocorre antes da produção das provas, não prejudica a defesa do consumidor. Nesse caso também a questão pode ser corrigida por meio de agravo.
    - Argumentos contra: como o consumidor não tem chance de produzir a prova, não há como ter certeza de que o consumidor é hipossuficiente. Também banaliza a inversão do onus da prova.
  - ❖ Na sentença, porque a inversão do ônus da prova é um critério de julgamento.
    - Argumentos a favor: a inversão ocorre no momento em que se tem certeza da hipossuficiência do consumidor e no qual é possível verificar a verossimilhança.
    - Argumento contra: nesse caso a única forma de discordar da decisão é por recurso, e nesse momento o fornecedor não pode mais produzir as provas.
      - ⊕ Para que o fornecedor não alegue desconhecimento dessa possibilidade, o que tem sido feito é colocar a possibilidade de inversão do ônus no mandado de citação.
  - ❖ Se for evidente a hipossuficiência na petição inicial, deve ser decidido no momento em que admite a inicial, nos demais casos seria na sentença.

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

➤ **Adequada prestação dos serviços públicos:**

- Ver também art. 22 do CDC.
- O CDC se aplica também a serviços públicos. O Artigo 22 trata especificamente disso, mas nem todo serviço público desencadeia a aplicação do CDC.
  - ❖ Corrente majoritária: apenas se aplica aos serviços públicos *Uti singule*: prestados de forma individualizada e remunerados de forma direta. (Ex. energia elétrica, telefone, gás de rua, serviços que dependem de concessão)
  - ❖ Corrente minoritaria, também se aplica aos serviços públicos *UTI universe* são os prestados de forma geral e remunerados de forma indireta.
  - ❖ Para o professor sempre que é possível individualizar o serviço, isto é, identificar de forma absoluta o erro na prestação de serviço, embora não haja remuneração direta.
    - Ex. Zona azul, no RS há entendimento de aplicação do CDC, mas o entendimento majoritário é de que é uma forma de controle da utilização e uso do solo.

→ **CDC. 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.*

## 12. PROTEÇÃO À SEGURANÇA E À SAÚDE DO CONSUMIDOR

→ **CDC. Art. 8º** *Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.*

**Parágrafo único.** *Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.*

→ **CDC. Art. 9º** *O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.*

→ **CDC. Art. 10.** *O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.*

**§1º** *O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.*

**§2º** *Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.*

**§3º** *Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.*

- Produtos e serviços colocados no mercado só podem acarretar os riscos normais e previsíveis, em decorrência da sua natureza e fruição;
  - A informação deve ser ostensiva e adequada;
- O recall está previsto no artigo 10, §1º, prevendo a situação na qual o fornecedor percebe uma periculosidade no produto após ele ser lançado no mercado.
- Há produtos que, se não são perigosos tem vício, pois a periculosidade é inerente (ex. faca).
- Art. 8º, §1º, prevê a necessidade de manual de instruções para produtos industrializados.
- Caput do art. 10: “sabe ou deveria saber”, o fornecedor tem obrigação de saber os efeitos nocivos do produto.