

COLEÇÃO
direto
ereto
1ª Fase da OAB

Riccardo Marcori Varalli

Direito do Consumidor

 EDITORA
RIDEEL
Quem tem Rideel tem mais.

Dedicatória

Dedico esta obra para a minha amada esposa Janaina Thais Daniel Varalli pelo apoio incondicional e constante incentivo.

Dedico esta obra a todos os alunos que almejam seu aperfeiçoamento acadêmico, pessoal e profissional com vistas a um futuro melhor.

Agradecimentos

Agradeço por participar deste projeto, que tanto pode auxiliar os estudantes em seu objetivo de serem aprovados no Exame da Ordem dos Advogados. Agradeço à Editora e ao Prof. Pedro Henrique Benatto pela oportunidade.

Sobre o autor

Riccardo Marcori Varalli

Advogado. Professor universitário. Formado em Direito pelo Centro Universitário das Faculdades Metropolitanas Unidas – FMU-SP. Pós-graduado e Mestre em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.

Lista de abreviaturas

CC – Código Civil

CDC – Código de Defesa do Consumidor

CF – Constituição Federal de 1988

DJE – Diário de Justiça Eletrônico

Idec – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia

par. ún. – parágrafo único

PROCON – Programa de Proteção e Defesa do Consumidor

Rel. – Relator

REsp – Recurso Especial

STF – Supremo Tribunal Federal

STJ – Superior Tribunal de Justiça

Sumário

Dedicatória	V
Agradecimentos	VII
Sobre o autor	IX
Apresentação	XI
Lista de abreviaturas	XIII
1 – Noções preliminares: a proteção constitucional do direito do consumidor	1
2 – A relação jurídica de consumo: consumidor e fornecedor	5
Consumidor	6
Consumidor por equiparação	10
Fornecedor	12
Elementos objetivos da relação de consumo	13
Produto	14
Serviço	14
3 – Princípios da Política Nacional das Relações de Consumo	19
Princípio da vulnerabilidade	19
Princípio da ação governamental para a proteção efetiva do consumidor	21
Princípio da harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo	22
Princípio da educação e informação de fornecedores e consumidores	23
Princípio da segurança, qualidade e primazia da solução dos conflitos	24



Princípio da coibição e repressão de abusos no mercado..... 26

Princípio da racionalização e melhoria dos serviços públicos..... 26

Princípio do estudo das modificações do mercado de consumo 27

Princípio da educação financeira, ambiental e prevenção ao superendividamento 28

4 – Instrumentos da Política Nacional das Relações de Consumo 33

Assistência jurídica 33

A defesa do consumidor e Ministério Público..... 34

Delegacias especializadas 35

Juizados Especiais e Varas Especializadas 35

Associações de Defesa do Consumidor..... 35

Prevenção e soluções alternativas em conflitos de superendividamento 36

5 – Dos direitos básicos do consumidor 39

Proteção da vida, saúde e segurança 41

A educação e divulgação sobre o consumo adequado, liberdade de escolha e igualdade nas contratações 41

A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços 42

Proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, práticas e métodos abusivos 43

Cláusulas abusivas e onerosidade excessiva 44

Acesso à justiça para a efetiva prevenção e reparação de danos individuais e coletivos..... 45

Facilitação da defesa dos direitos do consumidor em juízo..... 46

A adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral... 47

Inovações sobre práticas de crédito responsável, prevenção e combate ao superendividamento..... 48



6 – Da qualidade de produtos e serviços (arts. 8º a 10 do CDC).....	53
7 – Prevenção e reparação de danos causados ao consumidor	55
“Fato” do produto e do serviço: esclarecimento sobre a nomenclatura do CDC	55
Da responsabilidade do fornecedor de produto ou serviço.....	58
Da responsabilidade pelo fato do produto ou serviço.....	61
Da responsabilidade pelo vício do produto ou serviço	62
Outras normas de responsabilidade por vício comuns a produtos e serviços.....	64
8 – Prescrição e decadência.....	71
Prescrição.....	71
Decadência	72
Contagem de prazos.....	72
9 – Desconsideração da personalidade jurídica.....	75
10 – Práticas comerciais.....	81
Práticas comerciais e os consumidores por equiparação	81
A oferta de consumo	82
Requisitos, força vinculante e responsabilidade pela oferta	82
Publicidade.....	84
Outras práticas abusivas	88
11 – Cobrança de dívidas e bancos de cadastro	95
12 – Proteção contratual e contratos de adesão.....	101
Direito de arrependimento	102
Garantia convencional/contratual	103
Cláusulas contratuais abusivas.....	104



Contratos com concessão de crédito, financiamento e consórcio.....	106
13 – Sanções administrativas e penais	109
Sanções administrativas.....	109
Sanções penais.....	110
14 – Da defesa do consumidor	115
O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor	115
Da defesa do consumidor em juízo.....	117
Referências bibliográficas.....	123



1 – Noções preliminares: a proteção constitucional do direito do consumidor

As movimentações sociais e a intensa participação cívica em busca da redemocratização tornaram o terreno fértil para a discussão da necessária proteção ao consumidor dentro da Constituição Federal de 1988. Com isso, se estabelece uma nova espécie de salvaguarda para o consumidor no direito nacional, assentando no direito a promoção da defesa do consumidor com *status* de dever constitucional e um princípio norteador da ordem econômica.

Desta forma, o texto constitucional consagra a *defesa do consumidor tanto como direito fundamental como valor fundante da ordem econômica*, conforme estabelece o art. 5º, XXXII, da CF¹, do qual se extrai “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, e o art. 170, V, do mesmo diploma legal, que instituiu a defesa do consumidor como princípio da ordem econômica.²

- 1 Art. 5º da CF: “Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; [...]”
- 2 Art. 170 da CF: “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; [...]”.

5 – Dos direitos básicos do consumidor

O Capítulo III do CDC trata dos *direitos básicos do consumidor*, plenamente alinhavados aos valores estabelecidos pela legislação, conforme estudado nos capítulos anteriores (em especial no que tange aos princípios).

Tais direitos básicos foram estabelecidos no art. 6º do CDC, sendo importante transcrevê-lo:

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;

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;

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua

fundamental do consumidor “a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral”.

O citado dispositivo legal determina a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos, isto é, *os mesmos deveres e diligência que cabem ao fornecedor particular para atuar no mercado, cabem ao Poder Público*. Este, porém, sempre vinculado aos ditames da *eficiência*, conforme art. 37 da CF.

Os vetores da eficiência são refletidos na busca do bem comum, com a observância de uma gestão que atenda a *resultados no serviço público* por meio de economicidade, qualidade, razoável rapidez, produtividade e até desempenho funcional dos agentes públicos.

Inovações sobre práticas de crédito responsável, prevenção e combate ao superendividamento

A Lei nº 14.181/2021 trouxe em seu bojo inovações importantes para a manutenção e bom desenvolvimento do mercado de consumo. Os incisos XI e XII do art. 6º do CDC, conferem ao consumidor a garantia de *práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento*, preservado o mínimo existencial mediante a revisão e repactuação da dívida, sem embargo outras medidas.

A referência da lei ao *crédito responsável* busca estimular e fomentar *práticas mercantis saudáveis* no mundo financeiro. A defesa do crédito responsável deve ser defendida conjuntamente por todos os protagonistas no mercado: Poder Público, credores e devedores com o objetivo de combater o *superendividamento*.

7 – *Prevenção e reparação de danos causados ao consumidor*

A legislação consumerista traz um *regime específico de responsabilidade civil para contemplar as relações de consumo* (a partir do art. 12 do CDC). Por esse motivo, uma das preocupações inaugurais do CDC é a definição pormenorizada e clara de quem seriam os sujeitos (consumidor e fornecedor), leia-se, legitimados a figurar em uma demanda consumerista.

A legislação consumerista estabelece a regra de que os fornecedores respondem, independentemente da existência de culpa, conforme passaremos a explicar.

“Fato” do produto e do serviço: esclarecimento sobre a nomenclatura do CDC

Ao tratar sobre o tema responsabilidade civil, optou a legislação pelo uso da expressão “fato do produto e do serviço”, o que foi motivo de muita discussão doutrinária. *O que viria a ser o “fato” de produto ou serviço?* Ademais, o Código ainda trata diferentemente o que chama de defeito e de vício (do produto ou serviço).

Podemos afirmar que o CDC, neste capítulo, trata de *fato* (*defeito de segurança*; além de não corresponder à expectativa

9 – ***Desconsideração da personalidade jurídica***

O CDC, na busca da efetiva proteção ao consumidor, previu, em seu art. 28, a possibilidade de desconsideração da personalidade jurídica quando, em detrimento do consumidor, houver *abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social*.

São situações em que se pode desconsiderar a personalidade própria, a existência autônoma da pessoa jurídica (ou seja, diferente da de seus sócios), conferindo ao consumidor acesso ao patrimônio dos sócios e diretores.

Sem embargo, o legislador entendeu que a possibilidade de se atacar o patrimônio dos sócios e administradores tão somente diante da verificação da existência de fraude ou abuso de direito do consumidor não seria suficiente para garantir verdadeira proteção ao consumidor.

Nesta toada, com ineditismo no direito pátrio, fez-se a previsão da *possibilidade de desconsideração da personalidade jurídica também em caso de falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração*.

Cuida-se, da adoção da “teoria menor” da desconsideração da personalidade jurídica, segundo a qual, *prescinde-se de conduta fraudulenta ou abusiva, desvio de finalidade ou confusão patrimo-*

11 – Cobrança de dívidas e bancos de cadastro

Buscando evitar as dificuldades de morosidade e custos dos processos judiciais, os credores (fornecedores) buscam, antes disso, a solução extrajudicial. É justamente nessa fase da cobrança que ocorrem os maiores abusos. Era prática corriqueira telefonar em horário impertinente, ao local onde o consumidor exerce seu labor, aborda-lo em sua residência, ameaça-lo, contatar terceiros com quem mantenha relacionamento ou parentesco etc.

Em razão disso, estabelece o art. 42 do CDC: *“Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.”*⁹

A doutrina considera que a *cobrança vexatória* é a tentativa de intimidação ou de humilhação da parte devedora, durante a negociação de pagamento. É o *abuso de direito* que agride e viola a dignidade do consumidor.

Como bem arremata Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin¹⁰:

9 Vide sanção penal do art. 71 do CDC: “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.”

10 GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019. p. 541.

De modo resumido, protegem-se a privacidade e a imagem pública do cidadão, na sua qualidade de consumidor. (...) Proíbe-se, fundamentalmente, a sua exposição a ridículo, a interferência na sua privacidade e a utilização de inverdades.

A questão do comportamento financeiro do consumidor também diz respeito à coleta das informações, dos adimplentes ou inadimplentes.

Por muito tempo houve inúmeros abusos na coleta e manejo de informações sobre o consumidor, máxime por levar ao escrutínio de parceiros econômicos informações sobre a idoneidade moral e econômica do consumidor. Chegando, em alguns casos, a torná-las públicas.

O CDC foi vanguardista na proteção ao consumidor quando se trata de bancos de dados. Conjugou magistralmente a transparência e acessibilidade do consumidor, sem que isso pudesse obstar a existência dos arquivos.

Assim, temos que *o consumidor 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* (conforme art. 43 do CDC).

Além da determinação de que *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*. (art. 43, § 1º, do CDC). Tal limitação temporal, no entanto, não deve ser confundida com prazo para cobrança da dívida.

A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor,

13 – Sanções administrativas e penais

Sanções administrativas

A tutela administrativa do código preceitua a competência concorrente entre a União, os Estados e o Distrito Federal no que diz respeito a fixação de normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços. Do mesmo modo, toda a escala administrativa fiscalizará e controlará 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, concorrentemente. (art. 55, § 1º, do CDC).

Para a consecução adequada dos objetivos tutelados pelo poder público, deverão os órgãos em todos os níveis da federação manter comissões permanentes para a revisão e elaboração das normas referidas, contando para tanto com a participação democrática imprescindível de consumidores e fornecedores (art. 55, § 3º, do CDC).¹

1 Cite-se como exemplo: em março de 2021, o Procon-SP multou a empresa Apple em mais de dez milhões por publicidade enganosa, venda de aparelho sem o carregador e cláusulas abusivas. Disponível em: <<https://www.procon.sp.gov.br/procon-sp-multa-apple/>>. Acesso em:29.11.2021

§ 1º A convenção tornar-se-á obrigatória a partir do registro do instrumento no cartório de títulos e documentos.

§ 2º A convenção somente obrigará os filiados às entidades signatárias.

§ 3º Não se exige de cumprir a convenção o fornecedor que se desligar da entidade em data posterior ao registro do instrumento.



DICA DIRETO E RETO

Infelizmente, a Convenção Coletiva de Consumo, na prática, foi pouquíssimas vezes usada para resolver um litígio entre consumidores e fornecedores.

Da defesa do consumidor em juízo

A efetiva defesa do consumidor, invariavelmente exige, para além dos preceitos aplicados ao desenvolvimento das relações de consumo, que se fortaleça o poder litigante do consumidor. Isto é, uma face pós relação de consumo também deve ser observada.

Quando se discute o exercício dos direitos em juízo, muitas foram as ações de ascensão do consumidor. Ações sem as quais dificilmente o consumidor poderia fazer páreo aos fornecedores, estes litigantes habituais. Revisitemos a fixação de competência em favor do consumidor autor¹, a *inversão do ônus da prova em seu benefício*, a *vedação de denúncia à lide como forma de garantir celeridade processual*, a *assistência jurídica integral ao*

1 Cfr. art. 101, I.

Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Carlos Ferreira. "Conceito de publicidade". *Boletim do Ministério da Justiça*. nº 349, outubro. 1985.
- BENJAMIN, Antonio Herman; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 9ª ed. rev. atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2021.
- BULOS, Uadi Lammêgo. *Curso de direito constitucional*. 11. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.
- DIAS, Lúcia Ancona Lopez de Magalhães. *Publicidade e direito*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2013.
- GARCIA, Leonardo. *Código de Defesa do Consumidor: Doutrina e Jurisprudência para utilização profissional*. 2. ed. Editora JusPodivm, 2020.
- GRINOVER, Ada Pellegrini. et al. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor*. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.
- LAGES, Leandro Cardoso. *Direito do Consumidor: a lei, a jurisprudência e o cotidiano*. 4. ed. Rio de Janeiro, Lumen Juris, 2020.
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 9ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.
- NUNES, Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 12. ed. São Paulo: Saraiva Educação, 2018.
- RAMOS, André de Carvalho. *Curso de Direitos Humanos*. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2020.
- TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito do Consumidor: Direito material e processual*. 6ª ed. São Paulo: Editora Método, 2017.