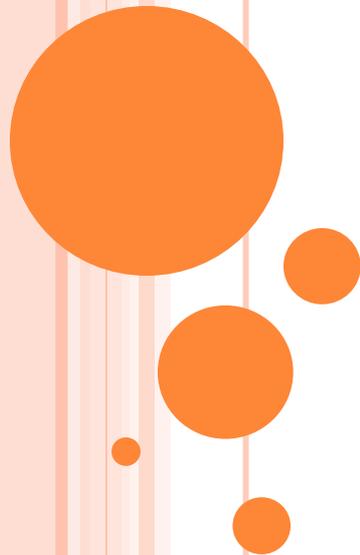


**COMPLEXO JURÍDICO  
DAMÁSIO DE JESUS  
UNIDADE CAMPO  
GRANDE/MS  
PÓS-GRADUAÇÃO EM  
DIREITO CIVIL E  
PROCESSUAL CIVIL  
PROF. HEITOR MIRANDA  
GUIMARÃES**



Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1.990  
Código de Proteção e Defesa do Consumidor  
Legislação Complementar



# 1. INTRODUÇÃO

- O CDC traz um regramento de alta proteção ao consumidor na sociedade capitalista contemporânea;
- Traz regras específicas muito bem colocadas;
- Acaba gerando dificuldades de interpretação.



# I. A PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR PELOS PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS

Serão abordados somente os princípios constitucionais que afetam mais diretamente o direito do consumidor;

## 1. Soberania:

É princípio fundamental do Estado brasileiro, que aparece estampado no inciso I do art. 1º da CF-1988.

Encontra-se também no inciso I do art. 170 e está ligado ao art. 4º, ambos da CF-88.



- A soberania de um Estado implica a sua autodeterminação com independência territorial, de modo que pode, por isso, pôr e impor normas jurídicas na órbita interna e relacionar-se com os demais Estados do Planeta, na ordem internacional.

## 2. Dignidade da Pessoa Humana:

- Trata-se do último arcabouço da guarda dos direitos individuais e o primeiro fundamento de todo o sistema constitucional.



- Após a soberania, aparece no texto constitucional a dignidade como fundamento da República brasileira (CF-88, art. 1º, inciso III).
- A dignidade humana é um valor preenchido *a priori*.
- Todo ser humano tem dignidade só pelo fato de ser pessoa.
- É difícil fixar semanticamente o sentido de dignidade, todavia, isso não implica que ela possa ser violada.



### 3. Liberdade:

- CF-88, art. 1º, IV e art. 3º, I.
- Para efeitos de direito do consumidor, interessa, aqui, abordar o princípio da liberdade especialmente ligado à liberdade de ação:
  - de o consumidor agir; escolher; e de o fornecedor empreender.
- A liberdade que o texto garante é a da escolha com possibilidade de aquisição (a pessoa quer algo, tem dinheiro ou crédito para adquiri-lo, então é livre para fazê-lo).



- A liberdade do consumidor não está diretamente vinculada à sua escolha
- As “escolhas” do consumidor estão limitadas àquilo que é oferecido.
- São restritíssimas as chances dele optar: pode, quando muito, escolher preço mais barato, condições de pagamento melhores etc., mas a restrição é dada pela própria condição material do mercado.



- O consumidor é sempre atraído pela oferta.
- Mesmo o consumidor mais esclarecido é vulnerável, como qualquer outro, pois não tem acesso nem determina o ciclo da produção.



## 4. Justiça:

- O art. 3º, I, da Constituição Federal, como se viu, estabelece ser objeto fundamental da República Federativa do Brasil a construção de uma sociedade livre, justa e solidária.
- Dada a “natureza social” do ser humano, sua vivência em grupos fez com que certos conflitos nascessem da natural relação surgida desse agrupamento social.



- A justiça soma-se ao princípio da intangibilidade da dignidade humana, como fundamento de todas as normas jurídicas, na medida em que qualquer pretensão jurídica deve ter como base um ordem justa.
- A título de ilustração, acerca da importância da justiça, Eduardo Couture menciona, no seu *Os mandamentos dos advogados*: “Teu dever é lutar pelo direito, mas no dia em que encontrares o direito em conflito com a Justiça, luta pela justiça”.



## 5. Isonomia:

- A igualdade de todos perante a lei é atribuída pelo preceito constitucional elencado no *caput* do art. 5º da Carta Magna.
- O consumidor encontra-se num mesmo nível de equiparação e igualdade que o cidadão.
  - art. 2º, *caput*, CDC, cuida da definição de consumidor;
  - art. 5º da CF-88 – tais princípios constitucionais são compatíveis ao consumidor como na relação de consumo a lei nº 8.078/90.



- O consumidor é considerado vulnerável, como o CDC faz expressamente nos arts. 4º, I, e 6º, VIII.
- A Constituição Federal reconhece a vulnerabilidade do consumidor, isso porque, nas oportunidades em que a Carta Magna manda que o Estado regule as relações de consumo ou quando põe limites e parâmetros para a atividade econômica, não fala simplesmente em consumidor em relações de consumo.
- Neste diapasão que o inciso IV do art. 3º da CF-88 marca como objetivos da República:
  - Está a promoção do bem de todos “sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.



## 6. Princípio do direito à vida:

- Essa garantia é cláusula pétrea, conforme dispõe o *caput* do art. 5º, XLVII, *a*;
  - salvo nos termos do inciso XIX do art. 84
- Deve-se entender que a Constituição está falando em vida digna, com qualidade de vida, saúde, respeito à coletividade, ao ar, ao meio ambiente, etc.
- Os produtos e serviços ofertados não podem causar danos à vida, saúde ou integridade física e mental do consumidor.



## 7. Direito à intimidade, vida privada, honra e imagem:

- O inciso X do art. 5º da CF-88 aduz que “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas”.
- Qualquer contrariedade a esses direitos invioláveis dão margem para que o consumidor possa buscar a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”.



## II. CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR:

- **1. Conceito de consumidor (art. 2 do CDC).**
- 1.1 Teoria maximalista objetiva. “o conceito do chamado ‘destinatário final’ foi ampliado para abranger todos aqueles que enfrentam o mercado em situação de vulnerabilidade, com base em uma interpretação sistemática de todo o arcabouço normativo contido no CDC” (TJMS, Agravo regimental em agravo – n. 2010.005074-50001-00 – Campo Grande – Relator Marcos André Nogueira Hanson).
- 1.2. Consumidores por equiparação (art. 2, § único e 17, do CDC)



- **2. Conceito de fornecedor (art. 3 do CDC)**
- 2.1 Conceito Genérico
  - São todas as pessoas capazes, físicas ou jurídicas, além dos entes desprovidos de personalidade;
  - O CDC é genérico em relação ao modelo de pessoa jurídica;
- 2.2 São fornecedores: pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, com ou sem fins lucrativos, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgão da Administração direta, etc.



- 2.3 Atividade e relação jurídica de consumo
- 2.3.1 Atividade típica: é aquela descrita no estatuto da empresa;
- 2.3.2 Atividade atípica: quando o comerciante (empresário) age de forma diversa da prevista;
  - A pessoa física exerce atividade atípica ou eventual quando praticar atos do comércio ou indústria, ex.: (Rizzatto Nunes) estudante que compra e depois vende *lingerie* entre os colegas, para complementar sua renda e pagar seus estudos, a coloca como fornecedora para o CDC, ainda que somente em determinada época do ano;
- Quando falarmos em atividade temos que visualizar a figura do consumidor do outro lado;
- Nem sempre a relação de venda de um produto, ainda que feita por comerciante, seja regulada pelo CDC, ex.: loja vende seu computador para adquirir outro, mesmo que o comprador seja destinatário final (art. 2º CDC), pois a venda de ativos sem caráter regular ou eventual não caracteriza relação de consumo;



- Mesmo caso da pessoa física que vende seu carro usado. Independentemente de quem o adquira, não se fala em relação de consumo, pois falta a figura do fornecedor (lucro, remuneração), devendo ser regulada pelo direito civil (garantias, vícios, etc.);
- Entretanto, basta que exista atividade regular ou eventual para que surja a relação de consumo, ex.: se a loja de roupas vende seu computador, mas imprime uma regularidade a esse tipo de venda, visando lucro.
  - Ex.: há relação de consumo se a pessoa física compra automóveis para revender, fazendo isso como atividade regular.
  - Em casos como estes dois últimos, provavelmente haverá discussão judicial provocada pelo consumidor, mas é apenas questão processual.



### III. RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

- A Lei nº 8.078/90 incidirá sempre que num dos pólos estiver presente o consumidor e no outro o fornecedor.
- O CDC será aplicado quando a prática comercial puder vir a tornar-se relação jurídica de consumo, pelo simples fato de poder expor esse impor a um consumidor em potencial.
- Ou seja, a aplicação do CDC se dá mesmo antes que qualquer consumidor compre, contrate, tenha seus direitos violados.
- Basta a possibilidade, ainda que remota, de ocorrência da relação de consumo.



- É desta forma que se dá, por exemplo, o controle da publicidade enganosa ou abusiva, ainda que nenhum consumidor real seja enganado.
- Permite o controle prévio e *in abstracto* (por hipótese) da cláusula contratual abusiva antes da assinatura ou surgimento da relação contratual efetiva entre fornecedor e consumidor.
- A memória privatista encontrada no direito privado, amparada pelo Código Civil, gera problemas de interpretação e entendimento da lei consumerista, pois no entendimento do direito privado o controle prévio e abstrato de cláusula contratual inexistente, já que o contrato só existe depois de firmado pelos contraentes.



## IV. DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR – ART. 6º E 7º DO CDC

- Os direitos básicos do consumidor estão elencados nos arts. 6º e 7º do CDC.
- Dignidade:
  - A dignidade da pessoa humana – e do consumidor – é garantia fundamental que ilumina todos os demais princípios e normas e que, então, a ela devem respeito, dentro do sistema constitucional soberano brasileiro.
  - A dignidade garantida no caput do art. 4º da Lei n. 8.078/90 está, assim, ligada diretamente àquela maior, estampada no texto constitucional.



- Proteção à vida, saúde e segurança:
  - A regra do caput do art. 4º descreve um quadro amplo de asseguramento de condições morais e materiais para o consumidor.
  - Qualidade de vida, conforto material, resultado do direito de aquisição de produtos e serviços, especialmente os essenciais (serviços públicos de transporte, água e eletricidade, gás, os medicamentos e mesmo imóveis etc.), o desfrute de prazeres ligados ao lazer (garantido no texto constitucional – art. 6º, caput) e ao bem-estar moral ou psicológico.



## ○ Proteção e necessidade:

- A Lei n. 8.078/90 estabelece, no seu art. 1º, caráter protecionista e de interesse social.
- Uma das questões básicas que justificam a existência da lei, é a da necessidade de proteção do consumidor em relação a aquisição de certos produtos e serviços.
- Exemplo: nos casos de medicamentos únicos para doenças graves, justifica-se a intervenção direta para garantir o suprimento ao consumidor.



## ○ Transparência:

- Expresso no caput do art. 4º do CDC, obrigação do fornecedor de dar ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e serviços que são oferecidos e, a obrigação de propiciar-lhe o conhecimento prévio de seu conteúdo.



## ○ Vulnerabilidade:

- O inciso I do art. 4º reconhece: o consumidor é vulnerável.
- Significa que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.
  - O primeiro está ligado aos meios de produção.
  - O segundo aspecto, o econômico, diz respeito à maior capacidade econômica que, o fornecedor tem em relação ao consumidor.



## ○ Liberdade “de escolha”:

- Tem supedâneo no princípio da liberdade de ação e escolha da Constituição Federal (arts. 1º, III, 3º, I, 5º, caput, entre outros).
- Tem, também, relação indireta com o princípio da vulnerabilidade, previsto no inciso I do art. 4º.



## ○ A boa-fé:

- Aponta a harmonização dos interesses dos partícipes das relações de consumo, fundada na boa-fé e no equilíbrio.
- A que a lei consumerista incorpora é a chamada boa-fé objetiva, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade.



## ○ O equilíbrio:

- Relações jurídicas e equilibradas implicam a solução do tratamento eqüitativo. O equilíbrio se espraia, no inciso IV do art. 51, bem como no inciso III do § 1º do mesmo art. 51.

## ○ Igualdade nas contratações:

- Inc. II do art. 6º garante que o fornecedor não pode diferenciar os consumidores entre si. Admitir-se-á apenas que se estabeleçam privilégios aos consumidores que necessitam de proteção especial, exemplo idosos, gestantes e crianças.



## ○ Dever de informar:

- É princípio fundamental na Lei n. 8.078, aparecendo inicialmente no inciso II do art. 6º, junto ao princípio da transparência estampado no caput do art. 4º, o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto e do serviço, suas características, qualidades, riscos, preços etc., de maneira clara e precisa, não se admitindo falhas ou omissões.



- Proteção contra publicidade enganosa ou abusiva:
  - Previsto no inciso IV do art. 6º nasce como expressão do princípio maior estampado no texto constitucional relativo à publicidade.
  - Decorrente de toda a lógica do sistema da Lei n. 8.078.
  - É exercido por meio das normas estabelecidas nos arts. 36 a 38, nos tipos penais dos arts. 67 a 69, bem como, de forma indireta, em outros dispositivos, tal como o art. 30.



## ○ Proibição de práticas abusivas:

- A norma do inciso IV do mesmo art. 6º proíbe incondicionalmente as práticas e as cláusulas abusivas.
- Pode-se definir o abuso do direito como o resultado do excesso de exercício de um direito, capaz de causar dano a outrem.
- A proibição das práticas abusivas é absoluta, e o contexto normativo da lei consumerista apresenta rol exemplificativo delas nos arts. 39, 40, 41, 42, etc.

## ○ Proibição de cláusulas abusivas:

- A Lei n. 8.078 veda a elaboração de cláusulas contratuais abusivas.
- O CDC tacha de nulas todas as cláusulas abusivas (arts. 51 a 53).



- Direito de revisão:
- Garantia de revisão das cláusulas contratuais em razão dos fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas tem, fundamento no CDC.
- Trata-se de revisão pura, decorrente de fatos posteriores ao pacto, independentemente de ter havido ou não previsão ou possibilidade de previsão dos conhecimentos (Inciso V do art. 6º).
  - O CDC (art. 4º, III) e a CF-88 (art. 5º, caput; art. 170) garantem o direito de modificações das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais, dada a proteção especial e à vulnerabilidade do consumidor.
- O direito de revisão tem na sua teleologia o sentido de conservação do pacto.



- Prevenção e reparação de danos materiais e morais: CDC, inciso VI, art. 6º.
- Acesso à justiça:
- Proteção de acesso aos órgãos administrativos e judiciais para prevenção e garantia de seus direitos enquanto consumidores são amplos, o que implica abono e isenção de taxas e custas, nomeação de procuradores para defende-los, atendimento preferencial etc. (Conforme regra do inciso VII do art. 6º).
- Não se admite o fornecedor réu provocar a intervenção de terceiros para escusar-se de responder a lide.



- Adequada e eficaz prestação de serviços públicos (Inciso X do art. 6º):
  - Não basta haver adequação, nem estar à disposição das pessoas.
  - O serviço tem de ser realmente eficiente; tem de cumprir sua finalidade na realidade concreta.
  - É eficiente aquilo que funciona.



- Responsabilidade solidária (Parágrafo único do art. 7º do CDC):
  - A norma estipulou expressamente a responsabilidade solidária, a obrigação de todos os partícipes pelos danos causados, nos moldes também do Código Civil (art. 942).
  - O consumidor pode escolher a quem acionar: um ou todos (Litisconsórcio facultativo - CDC, art. 46).
  - A regra da solidariedade aparece de forma expressa no caput do art. 18, no caput do art. 19, nos §§ 1º e 2º do art. 25, no § 3º do art. 28 e no art. 34 do CDC.
  - Caberá ao responsável acionado, depois de indenizar o consumidor, caso queira, voltar-se contra os outros responsáveis solidários para se ressarcir ou repartir os gastos.



# V. PRESCRIÇÃO E DECADÊNCIA

## 1. Conceito Legal: Arts. 26 e 27 do CDC

- Decadência: Extinção de um direito por haver decorrido o prazo legal prefixado para o exercício dele.
- Prescrição: A maneira pela qual se extingue a pretensão do sujeito em razão do decurso do tempo, por não haver proposto a demanda judicial em tempo hábil, após a violação ao seu direito.



2. Modelo criado pelo CDC: “*Dormientibus non succurit jus*” – tradição jurídica de que “o direito não socorre quem dorme”.
- Decorre de expressa disposição legal o tempo previsto para a efetivação de um direito;
  - Transcorrido o tempo previsto em lei, o sujeito, ou por quem em seu nome puder exercê-lo, perde o direito a efetivação de sua pretensão.
  - A lei 8078/90 obstaculizou o prazo de decadência, sendo reconhecido, pela doutrina, que os prazos de decadência previstos no CDC podem ser obstaculizados (inciso I do § 2º do art. 26 de CDC).
  - Prevalece a disposição de que a reclamação formulada no prazo tem efeito constitutivo do direito conseqüente do consumidor.



- As normas de suspensão, impedimento e interrupção não são aplicáveis à decadência, que envolve prazos fatais, peremptórios, salvo disposição em contrário, como a exceção encontrada no art. 26, § 2º, do Código de Defesa do Consumidor.



### 3. Vício de fácil constatação:

- A garantia legal dirige-se ao vício facilmente constatável no uso e consumo regular do produto ou serviço (CDC, 26).
- A lei pretende que a garantia legal, com seus curtos prazos, seja exercida pela fácil constatação da existência do vício;
  - Deve ser percebido pelo simples consumo do produto ou serviço, ex: consumidor adquire um televisor novo que não sintoniza canais.



## 4. Vício oculto:

- Não puder ser verificado no mero exame do produto;
- Não estiver provocando a impropriedade ou inadequação ou diminuição do valor do produto ou serviço.
- Prazo para reclamação está previsto no § 3º do art. 26 = 5 anos.

