

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	9
NOTA DO AUTOR À 2.ª EDIÇÃO	11
APRESENTAÇÃO – CLAUDIA LIMA MARQUES.....	13
INTRODUÇÃO	27
1. PROTEÇÃO JURÍDICA DA DIGNIDADE DO CONSUMIDOR	29
1.1 Princípio da dignidade da pessoa humana.....	29
1.2 Direitos da personalidade.....	38
1.3 Relação jurídica de consumo.....	43
1.4 Definição de consumidor	51
1.4.1 Padrão ou <i>standard</i>	56
1.4.2 Coletividade.....	63
1.4.3 Vítima ou <i>bystander</i>	66
1.4.4 Consumidor potencial.....	67
1.5 Definição de fornecedor	69
1.6 Definição de produto.....	72
1.7 Definição de serviço	76
2. RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR.....	81
2.1 Considerações gerais.....	81
2.2 Fato do produto ou serviço.....	91
2.3 Vício do produto ou serviço	96
2.4 Dano moral: categoria autônoma	99
2.5 Vulnerabilidade do consumidor	101
3. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DO DANO MORAL.....	105
3.1 Síntese histórica	105
3.2 Direito comparado	110
3.2.1 Direito francês.....	110
3.2.2 Direito italiano	111
3.2.3 Direito português	111

3.2.4	Direito alemão	113
3.2.5	Outros países	115
3.3	Direito brasileiro	117
3.3.1	Teoria negativista	119
3.3.2	Teoria eclética	120
3.3.3	Teoria positivista	123
3.4	Definição	128
3.5	Distinção entre dano material e dano moral	133
3.6	Pessoa jurídica	136
3.7	Dano moral coletivo	143
3.8	Prescrição	149
4.	REPARAÇÃO DO DANO MORAL	161
4.1	Finalidades da reparação	161
4.1.1	Compensatória	163
4.1.2	Punitiva	165
4.1.3	Preventiva	169
4.2	Fixação do valor da indenização	171
4.2.1	Crítérios	187
4.2.2	Salário mínimo	196
4.3	Controle do valor da indenização pelo Superior Tribunal de Justiça	203
4.4	Prova	207
	BIBLIOGRAFIA	215

INTRODUÇÃO

O dano moral no Direito do Consumidor é tema atual, caracterizado por uma crescente invocação jurisdicional, todavia carente de detalhamento teórico e legislativo, circunstância que enseja marcantes controvérsias sobre os seus múltiplos aspectos.

Ainda não há significativo desenvolvimento teórico específico sobre o dano moral no Direito do Consumidor, fato que conduz, muitas vezes, a apreciação do tema à luz dos princípios e regras que informam o Direito Civil clássico. A transposição pura e simples da solução civilista para o campo das relações de consumo não é adequada, uma vez que é decorrente de pressupostos absolutamente distintos. Portanto, cuidando-se de subsistemas jurídicos diversos, mister a busca de soluções específicas e adequadas para cada qual.

A presente obra visa estudar o dano moral no Direito do Consumidor e sistematizá-lo teoricamente, bem como apresentar soluções coerentes com o subsistema jurídico instituído pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). Destaque-se que a literatura jurídica nacional sobre o dano moral no Direito do Consumidor é bastante reduzida, limitando-se a alguns artigos e livros especializados. Apesar da intensa demanda de ações propostas por consumidores em defesa de seus direitos da personalidade, tem-se que alguns casos concretos ainda são solucionados nos mesmos moldes traçados para o Direito Civil clássico.

O presente livro é dividido em quatro capítulos. A finalidade do primeiro capítulo é voltada essencialmente para a contextualização do tema no plano teórico. Realiza-se uma abordagem específica da proteção jurídica da dignidade do consumidor. O princípio da dignidade da pessoa humana é inscrito como fundamento da República Federativa do Brasil e considerado o núcleo de todo sistema jurídico, nacional ou internacional, sobressaindo a premissa insuperável da primazia do ser humano como fim da Ciência do Direito.

Demonstra-se que o atual sistema jurídico não está alinhado com a clássica concepção que tutelava exclusivamente os bens materiais do sujeito de direito. Nessa perspectiva, emerge o estudo dos direitos da personalidade, direitos inatos da pessoa humana, reconhecidos pelo direito estatal, e que são desprovidos de valor econômico direto, mas que são considerados os mais relevantes no conjunto dos direitos subjetivos. A análise da relação jurídica de consumo tem como objetivo possibilitar a investigação científica para identificar os limites específicos do Direito do Consumidor.

O segundo capítulo versa sobre a responsabilidade civil do fornecedor em face do consumidor. Considera-se satisfatória a disciplina legal da matéria quanto ao ressarcimento dos bens materiais do consumidor em razão de fato ou vício de produtos e serviços. Porém, não há um regramento detalhado da proteção dos direitos da personalidade do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor cuida de forma dispersiva e assistemática dos direitos da personalidade do consumidor, tais como a vida, saúde, segurança, honra, nome, dentre outros.

A prevenção e reparação dos danos morais são direitos básicos do consumidor (art. 6.º, VI e VII, do CDC), contudo tal regra mostra-se insuficiente à tutela dos direitos da personalidade. Identifica-se, pois, lacuna legal, cujo preenchimento ocorre mediante a aplicação subsidiária dos princípios e regras jurídicas do subsistema de Direito Civil. O operador do direito que promove a integração dos subsistemas consumerista e civilista com intuito de solucionar as referidas questões deve atentar para a natureza *objetiva* da responsabilidade civil do fornecedor por dano moral ao consumidor.

O dano moral do consumidor não está ligado necessariamente à ocorrência de um fato ou vício de produto ou serviço. O dano moral pode restar configurado em conjunto com um dano material (fato ou vício) ou isoladamente. Cuida-se de categoria autônoma que está vinculada à obrigação do fornecedor de desenvolver a sua atividade no mercado sem que viole direitos da personalidade do consumidor. A vulnerabilidade é o traço distintivo do dano moral no Direito do Consumidor, pois há uma manifesta desigualdade de forças nesta específica relação jurídica.

Os elementos constitutivos do dano moral são o fundamento do terceiro capítulo. Apresenta-se uma síntese histórica para indicar a evolução do instituto, passando pelas diversas concepções elaboradas pelos sistemas jurídicos estrangeiros. São apresentadas as teorias negativista, eclética e positivista sobre o dano moral no Brasil. Discorre-se sobre o problema da definição do dano moral, ponto em que se demonstra a superação do elemento *dor* para a sua configuração.

A distinção entre dano material e dano moral auxilia na delimitação do campo dessa investigação científica, excluindo-se da análise as consequências patrimoniais dos atos ilícitos. A pessoa jurídica e a coletividade são indicadas como entes titulares de determinados direitos da personalidade, motivo pelo qual podem intentar ação de reparação de danos morais. A prescrição da pretensão à reparação do dano moral segue prazo fixado no Código Civil (CC), uma vez que o Código de Defesa do Consumidor (art. 27) trata somente do prazo extintivo de direito material relacionado ao fato do produto ou serviço (acidente de consumo).

O último capítulo dispõe sobre reparação do dano moral. Ao lado das consagradas finalidades compensatória e punitiva, sustenta-se a existência autônoma da função preventiva do dano moral em sede de relação de consumo. A fixação do valor do dano moral não encontra parâmetro previamente fixado na lei, vedando-se a sua vinculação ao salário mínimo, sendo tarefa atribuída exclusivamente ao juiz, todavia mediante uma racional justificativa da concretização da norma aberta, observados critérios gerais e específicos.

A análise da jurisprudência indica que tem ocorrido fixação divergente para casos semelhantes de dano moral. Desse modo, visando uniformizar a aplicação da lei federal e evitar excessos, o Superior Tribunal de Justiça passou a admitir o controle do valor em casos excepcionais, superando o teor da Súmula 7 que proíbe o reexame de prova em sede de recurso especial.

Finalmente, ingressa-se no âmbito processual para discorrer sobre a complexa temática da prova do dano moral. Admite-se, pois, que o dano moral, no Direito do Consumidor, é demonstrado mediante raciocínio lógico, por presunção judicial, de forma indireta.