

Ao Ministério Público de São Paulo.

Antonio Herman V. Benjamin

Aos meus pais, LIA e HUGO (*in memoriam*), com gratidão.
Aos meus alunos da Universidade Federal
do Rio Grande do Sul, pelo constante estímulo.

A JOHANNES DOLL,
meu grande companheiro e esposo.

Claudia Lima Marques

A LILIANA ROSCOE e IRAN BESSA, meus pais.

Leonardo Roscoe Bessa

NOTA À 8ª EDIÇÃO

É com muito prazer que apresento esta oitava edição do “Manual de Direito do Consumidor” escrito a seis mãos, com os amigos e mestres, Prof. Dr. Antonio Herman Benjamin (STJ) e Prof. Dr. Leonardo Bessa (MPDF). Como nas edições anteriores, esta obra vem totalmente atualizada e anotando as principais decisões proferidas no Judiciário brasileiro até junho de 2017. A novidade é o grande número de acórdãos importantes proferidos em 2017 pelo eg. Superior Tribunal de Justiça, que compõe esta edição.

Porém, são tempos de crise. Uma crise ética, crise econômica, crise de valores, em que destruir e desconstruir as conquistas sociais, parecem ser as palavras do momento. Tempos de crise exigem dos juristas, como afirmava Tobias Asser: paciência e coragem. ‘Paciência’ para estudar e manter os fundamentos de nossa disciplina e ‘coragem’ para aprofundar a efetividade do direito do consumidor na prática, resistindo às tentações fáceis de retrocesso de direitos para aliviar parte da economia. Não há economia saudável sem consumidores, sem consumidores com um mínimo de confiança, sem proteção contra abusos dos fornecedores, como mostrou a crise norte-americana de 2008, em que o dilapidar de direitos permitiu uma bolha especulativa que quebrou o mercado consumidor, depois repercutiu no país e no mundo!

Dois destaques desta oitava edição são dignos de nota: no Capítulo 14, relativo às ações coletivas, há provocação do debate em torno da convivência normativa entre Incidente de Resolução de Demandas Repetitivas - IRDR e Recursos Repetitivos e ações coletivas. Aponta-se novo cenário para tutela efetiva dos direitos metaindividuais. E, cabe, também, destacar que o Superior Tribunal de Justiça, após inúmeras divergências, apresenta tendência clara em afastar a interpretação literal e isolada do art. 16 da Lei 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública), alinhando-se com a doutrina majoritária que sustenta que os efeitos da decisão proferida em ação coletiva não pode sofrer limitação territorial.”

O Manual de Direito do Consumidor é obra muito bem recebida pela prática e pela academia em todo o Brasil, o que muito agradecemos. Esta 8.ª edição mantém os mesmos capítulos e o foco principal na análise da jurisprudência atualizada sobre os grandes temas do Direito do Consumidor, a visão do Código de Defesa do Consumidor como microsistema, sem descuidar dos temas mais momentosos, como a muito citada teoria do diálogo das fontes e a teoria da qualidade. Esperamos, assim, que esta nova Edição seja útil a todas as carreiras jurídicas, a juizes, advogados, promotores, defensores, procuradores, servidores públicos, professores e também aos estudantes em geral, demonstrando ao mesmo tempo os fundamentos e a potencialidade estrutural e a importância sistêmica do direito do consumidor para um mercado sustentável no Brasil.

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 7.^a EDIÇÃO

Muito a comemorar nestes 25 anos de vigência do CDC. Muito mais ainda temos a lutar pelos direitos dos consumidores nos próximos 25 anos! Realmente, se 25 anos podem ser o início da fase ‘adulta’ do CDC – uma lei que mudou o mercado brasileiro e para melhor –, também é um momento de reflexão sobre o futuro: os retrocessos corridos em matéria de serviços públicos, de relações bancárias e as dificuldades na aprovação dos projetos da Atualização do CDC, iniciada no Senado Federal e agora na Câmara dos Deputados, em tempos de crise política e ética do país. Como afirmou Antonio Herman Benjamin na abertura do XIII Congresso do Brasilcon, em Foz de Iguaçu, tão bem organizado sob a presidência do Prof. Dr. Bruno Miragem, o direito do consumidor sofre às vezes não por suas insuficiências internas, mas em virtude de fatores de seu entorno social, político e mesmo jurídico, na falha do diálogo das fontes.

É, portanto, um momento decisivo para o futuro do direito do consumidor e a regulação do mercado brasileiro, inclusive para o direito do concorrência abalado com a derrota do CADE no STF, em ação semelhante a da ADIN dos Bancos, agora para tirar do CADE o atos de concentração e fusão das instituições financeiras no país.

É, pois, com muito prazer e honra que apresento esta sétima edição deste Manual. Sete edições é também um marco, que mereceu dos autores um cuidado especial na atualização dos capítulos, com a jurisprudência do STJ de 2015/2016, referências ao novo Código de Processo Civil (Lei 13.105/2015) e na evolução da estrutura da obra.

Desde 2014 a 2016, o Direito do Consumidor mudou muito no Brasil, merecendo menção especial a jurisprudência, muitas vezes em retrocesso no que concerne às garantias e direitos do consumidor. Continuamos em processo de atualização do Código de Defesa do Consumidor, com as novas seções propostas no Projeto de Lei do Senado 281, 2012 (agora na Câmara de Deputados como PL 3514, 2015) para a parte geral, o comércio à distância e eletrônico nacional e internacional e no PLS 283, 2012 (agora, na Câmara de Deputados como PL 3515, 2015) para o crédito ao consumidor, a prevenção e o tratamento do supeendividamento do consumidor. Parece que, apesar do CDC completar 25 anos de vigência em 2016, a situação política do Brasil não permitirá terminar seu exame na Câmara de Deputados. Esperamos que estas dificuldades momentâneas possam ser superadas e que os dois Projetos de Lei de Atualização possam ser – como o foram no Plenário do Senado Federal – aprovados por unanimidade neste ano simbólico de 2016 e 25 anos de vigência do CDC. É esta boa notícia, notícia de esperança, de mais ética e responsabi-

lidade nas relações de consumo, preparando o nosso mercado para o mundo digital e para a ressaca do crédito ao consumo, que o mercado e a população brasileira merece! Mais do que merceer o consumidor brasileiro necessita desta modificação legislativa, especialmente no que concerne o comércio eletrônico nacional e internacional, a privacidade e a autodeterminação dos dados um Decreto legislativo limitado e de técnica duvidosa não é suficiente e, no que concerne o risco sistêmico de ‘quebra’ de mais de 50% dos consumidores brasileiros, a boa-fé dos projetos pilotos dos Tribunais do Rio Grande do Sul, Paraná, Pernambuco, Paraíba, Bahia, São Paulo, dos Procons e Defensorias Públicas envolvidos no combate ao superendividamento – como afirmou o Banco Mundial em seu relatório – não é suficiente. A ONU comemorou os 30 anos das Diretrizes da ONU sobre proteção do consumidor renovando suas linhas sobre acesso aos serviços essenciais, sobre comércio eletrônico, serviços bancários, consumo internacional e turismos.

Permitam-me agradecer aos queridos co-autores Leonardo Roscoe Besa e Antonio Herman Benjamin pelo esforço realizado na atualização desta obra, mesmo no alto de suas funções. Por fim, gostaria de agradecer a sempre gentil acolhida que esta obra tem por parte dos professores, dos estudantes, dos doutrinadores e da jurisprudência. Esperamos que esta edição também possa receber esta boa acolhida e ajude a desenvolver ainda mais o direito do consumidor no Brasil.

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 6.^a EDIÇÃO

Um ano histórico será o ano de 2014! Além da Copa do Mundo, esperamos que seja o ano de aprovação das novas seções que atualizarão o Código de Defesa do Consumidor, sua parte geral, comércio eletrônico e dimensão internacional (PLS 281, 2012) e no que concerne ao crédito ao consumidor e combate ao superendividamento (PLS 283, 2012). Estes dois projetos de lei, na forma do substitutivo do e. Senador Ricardo Ferraço, foram aprovados na Comissão Especial do Senado Federal, liderada pelo e. Senador Rodrigo Rollemberg, de forma unânime em março de 2014. Esperamos que até o final do ano tenhamos boas notícias para os consumidores brasileiros.

Em 2013, algumas mudanças legislativas foram alcançadas, no âmbito administrativo, com o Plano Nacional de Defesa do Consumidor (Plandec) e um Decreto sobre comércio eletrônico, mas o principal foi ter alcançado consenso quanto à necessidade de atualização do CDC no que concerne ao crédito, ao consumo, ao combate, ao superendividamento e ao consumo sustentável. Quanto à publicidade infantil e as ações coletivas, reguladas no PLS 282/2012, que ainda não foi votado, dúvidas ainda existem e exigem maior discussão na sociedade civil e no governo.

Como nas edições anteriores, esta obra vem atualizada com as principais decisões proferidas no Judiciário brasileiro ao longo de 2013 e início de 2014. Cabe destacar, entre as muitas e belas decisões que foram incluídas para esta 6.^a edição, três que parecem especialmente significativas, a indicar a evolução para um direito do consumidor mais sofisticado e permeado por valores constitucionais. Uma primeira decisão do e. Superior Tribunal de Justiça é relativa à maquiagem de produtos, ressaltando e consolidando a importância do dever de informar, ainda mais quando reduz o conteúdo normal dos produtos e aumenta disfarçadamente os preços deste. O direito à informação é direito e garantia fundamental da pessoa humana, ainda mais se consumidora (art. 5.^o, XIV e XXXII, da CF/1988), de forma a manter sua liberdade de escolha frente às ofertas (claras e corretas) dos diversos fornecedores do mercado, tocando também aspectos de informação publicitária, de direito concorrencial e administrativo. A decisão ensina a importância do dever de informar na sociedade massificada de consumo brasileira e sua relação com o princípio da confiança: “O dever de informação positiva do fornecedor tem importância direta no surgimento e na manutenção da confiança por parte do consumidor. A informação deficiente frustra as legítimas expectativas do consumidor, maculando sua confiança” (REsp 1.364.915/MG, j. 14.05.2013, rel. Min. Humberto Martins, DJe 24.05.2013).

Outra decisão, citada em vários capítulos, é sobre as relações de consumo gratuitas, de remuneração indireta, sobre as quais incide o CDC. Em verdade,

foram uma série de decisões neste sentido, que, em ano marcado pela aprovação do Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014), valorizam-se ainda mais. A mais recente destas decisões ensina: “A exploração comercial da *internet* sujeita às relações de consumo daí advindas à Lei 8.078/1990” (REsp 1.338.214/MT, j. 21/11/2013, rel. Min. Nancy Andrighi, *DJe* 02.12.2013). Continuando a seara das anteriores: “O fato de o serviço prestado pelo provedor de serviço de Internet ser gratuito não desvirtua a relação de consumo, pois o termo “mediante remuneração”, contido no art. 3.º, § 2.º, do CDC, deve ser interpretado de forma ampla, de modo a incluir o ganho indireto do fornecedor” (REsp 1.316.921/RJ, j. 26.06.2012, rel. Min. Nancy Andrighi, *DJe* 29.06.2012).

A terceira é em serviços públicos essenciais, em que se reconhece que a falha no fornecimento de água pode causar não só dano moral *in re ipsa*, mas ofender a própria dignidade da pessoa humana consumidor: “Aborrecimentos e transtornos excessivos que a ausência do fornecimento de água é capaz de causar ao cidadão nos dias atuais, em iniludível desrespeito ao dogma constitucional da dignidade da pessoa humana” (AgRg no AREsp 401.560/RJ, j. 05.11.2013, rel. Min. Herman Benjamin, *DJe* 09.12.2013).

Enquanto em matéria bancária a jurisprudência patina e muitas decisões sequer foram tomadas, em virtude da Súmula 381 do e. Superior Tribunal de Justiça, em outros temas, o direito do consumidor avança, como em matéria de qualidade (adequação e segurança) de produtos e de serviços no mercado brasileiro. Espera-se para este ano decisões importantes em matéria de planos econômicos e poupança, assim como sobre a contagem dos juros de mora em ações coletivas, e outras que talvez possam ajudar a retirar do mercado brasileiro abusividades reiteradas da prática bancária, de crédito, financeira e securitária, respaldadas pela aplicação do CDC (ADIN 2.591, STF).

Permitam-me, ao final desta breve nota, agradecer mais uma vez ao e. Min. Antonio Herman Benjamin, querido amigo e coautor, por sua disponibilidade e generosidade em atualizar seus capítulos e distribuir mais uma vez a sua profunda sabedoria nestas páginas, e a Leonardo Roscoe Bessa, brilhante e engajado Promotor de Justiça do Distrito Federal, que é a alma e força propulsora deste livro.

É assim, com muita alegria e satisfação, que apresentamos esta nova edição do *Manual de Direito do Consumidor*, obra muito bem recebida pela prática e pela Academia em todo o Brasil, o que muito agradecemos. Esta 6.^a edição mantém os mesmos capítulos e o foco principal na análise da jurisprudência atualizada sobre os grandes temas do Direito do Consumidor, a visão do Código de Defesa do Consumidor como microssistema, sem descuidar dos temas mais momentosos, como a teoria do diálogo das fontes e a teoria da qualidade. Esperamos que seja útil a todas as carreiras jurídicas, a juízes, advogados, promotores, defensores, procuradores, servidores públicos, professores e também aos estudantes em geral, demonstrando ao mesmo tempo a beleza e a pujança do direito do consumidor no Brasil.

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 5.^a EDIÇÃO

Os ventos continuam de mudança. Os Projetos de Lei do Senado Federal, que visam atualizar o Código de Defesa do Consumidor (PLS 281, 282 e 283, 2012) estão em tramitação. Destacamos na quarta edição estes ventos de mudança, que culminaram com o fim do trabalho da Comissão de Juristas do Senado Federal.

Na 5.^a edição, merece destaque a hierarquia nova, de Vice-Ministério, que o tema de direito do consumidor recebeu. Como exposto no Capítulo XII, a novidade é que, com a edição do Dec. 7.738/2012, as atribuições do Departamento e Proteção de Defesa do Consumidor – DPDC foram assumidas pela Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon, a qual integra a estrutura do Ministério da Justiça. A presença internacional desta Secretaria deve expandir-se, tanto no Mercosul, como na Conferência de Haia, como na OEA e espera-se que antes dos grandes eventos (Copa das Confederações, Copa do Mundo e Olimpíadas) no Brasil, a proteção internacional do consumidor receba também boas notícias do governo federal. Destaque-se também que tramitam no Parlamento, projetos de lei sobre temas complementares à atualização o CDC, como o fortalecimento dos Procons, a proteção de dados pessoais e o marco civil da Internet. E grandes projetos de mudanças nos principais Códigos brasileiros. Ventos de mudança, que devem levar à atualização e ao aperfeiçoamento também do Direito do consumidor!

É assim com muita alegria e satisfação que apresentamos esta nova edição do *Manual de Direito do Consumidor*, obra tão bem recebida pela prática e pela academia em todo o Brasil. Esta 5.^a edição mantém o foco principal na análise da jurisprudência atualizada sobre os grandes temas do Direito do Consumidor, sua visão sobre o microsistema do Código de Defesa do Consumidor e as polêmicas ainda existentes. Esperando ser útil a todas as carreiras jurídicas, a juízes, advogados, promotores, defensores, procuradores, servidores públicos, professores e também aos estudantes em geral, especial atenção foi dada à jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça.

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei com função social, que conforma o nosso mercado, mas também o nosso futuro, daí porque ao atualizar este Manual procuramos demonstrar as linhas consolidadas e os caminhos a seguir, sem evitar temas densos e polêmicos, sem excluir opiniões, mesmo que ainda não pacificadas. A 5.^a edição do Manual continua ousada, ao tratar do tema do diálogo das fontes, teoria cada vez mais consolidada na jurisprudência brasileira, e ao analisar em detalhes a teoria da qualidade, nem sempre totalmente compreendida nas decisões jurisprudências. Convencidos da importância destes temas e teorias para construir um direito do consumidor mais efetivo,

a edição vem renovada e atualizada, procurando manter as características que conquistou tantos admiradores.

Permitam-me ao final desta breve nota, agradecer mais uma vez ao e. Ministro Antonio Herman Benjamin, nosso querido amigo e coautor, por sua disponibilidade e generosidade em atualizar seus capítulos e distribuir mais uma vez a sua profunda sabedoria nestas páginas, e à Leonardo Roscoe Bessa, engajado e atuante promotor do Distrito Federal, que brilha neste livro, como farol guia das tendências e das dificuldades práticas vividas pelo aplicador da lei no dia a dia, com mais uma magnífica pesquisa jurisprudencial e doutrinária. Leonardo Bessa é a alma, a força propulsora desta nova edição, que esperamos seja útil a estes tempos. Tempos de ventos fortes, que por vezes parecem tentar abalar as estruturas de nosso microsistema, retirar capítulos inteiros, como o da proteção penal; mas ventos, que sem dúvida só prosperarão se levarem a um avanço da proteção do consumidor no Brasil. O mundo do futuro não pode prescindir dos consumidores e os consumidores de hoje não abrirão mão dos direitos conquistados. O caminho é para frente e não há retrocesso possível, em temas que envolvem direitos fundamentais. Os ventos de mudança devem levar ao um avanço no Direito do Consumidor. É o que esperamos.

Aos professores de Direito, em especial aos professores de Direito do Consumidor, que de forma tão gentil indicaram este Manual para seus alunos e colegas – em tantas e tão profícuas Faculdade de Direito do país – gostaria de agradecer e desejar muito sucesso. A disciplina Direito do Consumidor é basilar para o futuro jurista brasileiro e merece os belos esforços para difundir o tema, que estão sendo realizados em todo o Brasil!

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 4.^a EDIÇÃO

Ventos de mudança. Um processo de atualização do CDC foi iniciado pela Presidência do Senado Federal. Realmente, as inúmeras mudanças no ordenamento jurídico brasileiro, na tecnologia voltada para o consumo e em nossa sociedade em geral determinam a necessidade e oportunidade deste processo. Ainda é cedo para analisar as propostas, mas já indicamos as grandes linhas. É, assim, que o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) completa vinte e um anos rejuvenescendo e mantendo sua sistemática. Rejuvenesce e se atualiza com as sugestões da Comissão de Juristas do Senado Federal, coordenada pelo colega e eminente Ministro do Superior Tribunal de Justiça Antonio Herman Benjamin, e que, para nossa honra, integramos todos. As sugestões foram entregues no dia 14 de março de 2012 ao Parlamento para discussão. Se é cedo para analisar as mudanças propostas, já se podem antever os rumos e as perspectivas que o futuro nos reserva.

Esta 4.^a edição do *Manual de Direito do Consumidor*, tão bem recebido pela prática e pelos colegas juízes, advogados, promotores, defensores, professores e estudantes em geral, tem como foco principal a análise da jurisprudência atualizada sobre os temas tratados no Código de Defesa do Consumidor, sua evolução e as polêmicas que ainda persistem. Mais uma vez, como nas edições anteriores, especial atenção será dada à jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, Corte a que, por atribuição constitucional, compete determinar o sentido e alcance da legislação infraconstitucional.

Percebe-se importante oxigenação da matéria oriunda das Turmas de Direito Público (Primeira e Segunda Turmas) que, ao analisar a correção de incidência de sanções administrativas por órgãos de defesa do consumidor, acabam por oferecer lições preciosas sobre o direito do consumidor. Um bom e ilustrativo exemplo foi o julgamento do REsp 1.123.004, em dezembro de 2011. Na ocasião, a Segunda Turma, em acórdão relatado pelo Min. Mauro Campbell, definiu, com sabedoria, que o termo inicial, para a contagem do prazo decadencial relativo a vício dos produtos, é a data em que se evidencia o problema, independentemente da garantia contratual. Em termos de inovações legislativas, destacou-se, no Capítulo X, a edição da Lei 12.414, de 9 de junho de 2011 (Lei do Cadastro Positivo). Referido diploma, em *diálogo* com o Código de Defesa do Consumidor (art. 1.^o), disciplina, de maneira inovadora, o tratamento (coleta, armazenamento e difusão) de informações positivas do consumidor pelos bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, Serasa etc.). Além disso, justamente em razão da exigência atual de *diálogo das fontes*, acaba por influenciar a tradicional disciplina dos arquivos de consumo em relação às informações negativas (dívidas vencidas e não pagas).

Este *Manual* continua ousado ao tratar – lado a lado – os fundamentos, as normas, a exegese, sem evitar os temas mais densos e polêmicos, e apresentar tanto a teoria do diálogo das fontes, quanto a teoria da qualidade. Esperamos que mais uma vez, de forma direta e construtiva, possa ser uma fonte de consulta pedagógica e segura para os estudantes e fonte de consulta rápida e útil para os aplicadores e os intérpretes desta importante lei, o Código de Defesa do Consumidor, e alcance as expectativas do mercado editorial brasileiro.

Permitam-me agradecer a Leonardo Roscoe Bessa, alma e força propulsora deste *Manual*, pelo seu magnífico trabalho de pesquisa e atualização para esta 4.^a edição; assim como agradecer ao amigo Antonio Herman Benjamin, um dos autores do Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor e agora timoneiro do processo de atualização do CDC, como Presidente da Comissão de Juristas do Senado Federal destinada a fornecer subsídios para a atualização do Código de Defesa do Consumidor, que mais uma vez contribuiu com sua visão humanista, brilhante e renovadora para o sucesso desta obra.

Gostaria, por fim, de agradecer à competente e incansável equipe editorial da Editora Revista dos Tribunais, que continua sendo a editora nacional principal em matéria de Direito do Consumidor e que, com suas ideias e engajamento, muito tem contribuído para este *Manual*.

Aos professores de Direito, em especial os professores de Direito do Consumidor, que de forma tão gentil indicaram este *Manual* para seus alunos como material de classe – em tantas e tão importantes Faculdades de Direito, de Administração e de Economia no País –, nossas homenagens e sinceros agradecimentos. Esperamos que também esta nova edição possa ser útil a todos e contribua para os ventos de mudança e aperfeiçoamento da proteção do consumidor em nosso País.

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 3.^a EDIÇÃO

Em 2010, o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) festeja seus vinte anos de promulgação, uma lei visionária, que mudou o mercado brasileiro, estabeleceu um novo patamar de boa-fé e qualidade nas relações privadas no Brasil, especialmente na proteção dos mais vulneráveis nas relações econômicas. Um grande avanço, uma conquista de toda uma sociedade e que merece uma análise em detalhes.

É assim com muita alegria e satisfação que, neste ano tão especial, apresentamos uma nova versão, atualizada e ampliada do *Manual de Direito do Consumidor*, obra que, desde a sua primeira edição, foi generosamente recebida e adotada nas Faculdades de Direito, Administração e Economia de todo o Brasil. Um *Manual*, uma proposta ousada de tratar – lado a lado – os fundamentos, as normas, a exegese, sem evitar os temas mais densos e polêmicos. Assim, de forma direta e construtiva, ser uma fonte de consulta pedagógica e segura para os estudantes, e também uma fonte de consulta rápida e útil para os aplicadores e os intérpretes desta importante lei, o Código de Defesa do Consumidor.

Efetivamente, o Direito Privado brasileiro evoluiu muito nestes vinte anos e precisamos todos, continuamente, de atualização. Não há como entender o Direito Brasileiro hoje, e a multiplicidade de temas que dialogam com o CDC, sem consolidar o conhecimento sobre as bases teórico-doutrinárias que construíram o Direito do Consumidor brasileiro. O CDC é uma lei com função social, consolidando conquistas do *homo oeconomicus* contemporâneo, cidadão e consumidor, agente ativo do mercado e sujeito deste direito privado solidário, que é hoje uma realidade no Brasil, nas Faculdades e nos Foros.

Nesta 3.^a edição, a nossa tônica foi em demonstrar, com a análise da jurisprudência, as linhas já consolidadas nestes vinte anos e os pontos em que há de se evoluir para garantir ainda mais efetividade ao Direito do Consumidor. Este *Manual de Direito do Consumidor* visa apresentar todas as novidades que surgiram ao longo do último ano. A jurisprudência foi completamente atualizada, destacando-se as mais recentes decisões do Superior Tribunal de Justiça que se relacionam ao Direito do Consumidor.

Especial atenção foi dada – dentre as novidades – à generosa recepção do método e da lógica do *diálogo das fontes* – bela expressão criada por Erik Jayme – pelos tribunais brasileiros, inclusive os Superiores. O método do diálogo das fontes é muito útil nos dias de hoje, de grande pluralismo de fontes e de incertezas em matéria de Teoria Geral do Direito: assegura uma aplicação do conjunto de fontes a favor do consumidor. Foi muito grande a recepção desta parte do *Manual*, que desde a primeira edição optou por apresentar o

diálogo das fontes aos estudantes e juristas, e queríamos, nesta terceira edição, agradecer, aprofundando esta análise.

O diálogo das fontes pode ser usado em várias áreas e disciplinas jurídicas, onde os direitos fundamentais e os valores constitucionais iluminarem a aplicação – simultânea e coerente – de várias fontes. O domínio do método do diálogo das fontes ajuda na escolha das leis a aplicar, na sua ordem e na interpretação destas “conforme à Constituição”. Evita, assim, a necessidade de um exame concreto da inconstitucionalidade de alguma das normas, pois a aplicação conjunta e coordenada das fontes tem como consequência a inexistência de lacunas, onde o Direito do Consumidor pode ser complementado por outras leis e princípios, sempre a favor do sujeito tutelado no art. 5.º, XXXII, da CF/1988, o consumidor.

Em outras palavras, o método do diálogo das fontes esclarece a lógica de tutela e proteção especial ao sujeito consumidor do CDC, possibilita uma visão unitária e coerente do Direito Privado, conforme à Constituição, e eleva a visão do intérprete para o *telos* do conjunto sistemático de normas. Um dito popular afirma que, por vezes, “de tantas árvores não se enxerga o bosque”. Realmente, na complexidade do Direito atual, as árvores nos cercam e o bosque desaparece no breu da incerteza. Método é caminho. O método do diálogo das fontes é uma generosa luz que ilumina nosso olhar, que nos guia para um caminho justo a seguir. Assim, não importa o número ou altura das árvores, a visionária expressão de Erik Jayme possibilita um olhar mais qualificado sobre o direito do consumidor atual: o nosso belo bosque!

Mais uma vez cabe-me, com muita honra e alegria, agradecer a Leonardo Roscoe Bessa, alma e força propulsora deste *Manual*, magnífico ex-Presidente do Brasilcon, o seu belo e competente trabalho nesta terceira edição; assim como agradecer ao amigo Antonio Herman Benjamin, um dos autores do Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor, fundador da *Revista de Direito do Consumidor* e hoje Ministro do Superior Tribunal de Justiça, o prazer de ser nosso coautor, em mais esta edição, contribuindo – em muito – com sua visão renovadora, humanista e brilhante para o sucesso desta obra.

Gostaria, ainda, de agradecer à engajada e competente equipe editorial da Editora Revista dos Tribunais, sem dúvida a editora nacional mais especializada e dinâmica em matéria de Direito do Consumidor, por suas ideias e contribuição para este *Manual*.

Recebam, por fim, os professores de Direito, em especial os professores de Direito do Consumidor, que de forma tão gentil indicaram este *Manual* para seus alunos como material de classe – em tantas e tão importantes Faculdades de Direito, de Administração e de Economia no País –, nossas homenagens e sinceros agradecimentos. Esperamos que também esta nova edição possa ser útil a todos os juristas, estudantes e profissionais, interessados na proteção do consumidor.

CLAUDIA LIMA MARQUES

NOTA À 2.^a EDIÇÃO

Manual, de *manus*, um livro que está à mão, aquele livro que o aplicador consulta inicialmente (*handbook*, no inglês), um livro que acompanha e ajuda o aprendiz e a prática (*Handbuch*, no alemão), um livro que organiza sistematicamente a disciplina ou uma parte do conhecimento científico, estruturando-a de forma pedagógica, simplificada e temática (do grego, *enchi-ridion*), imprimindo uma visão geral e atualizada ao mesmo tempo. O manual é um poderoso instrumento de ajuda ao aprendiz e à prática. Consta que o primeiro manual a ganhar fama foi o de Erasmo de Rotterdam, em 1503, pois com sua prosa mais fluida e sistemática de apresentar a matéria pedagogicamente e por ordem de capítulos temáticos superou os dicionários da época. Desde então é a maneira mais científica para tornar seus, para adquirir e para partilhar os conhecimentos sobre uma disciplina.

É com grande satisfação e honra que apresentamos aos colegas esta 2.^a edição do *Manual de Direito do Consumidor*, como forma de agradecer a generosa recepção que esta obra recebeu em todo o Brasil. Adotada como livro de classe em muitas e nobres Faculdades de Direito, esgotou-se rapidamente; permitindo esta nova edição. A obra foi mantida com todas as suas características, inclusive o enfretamento de temas novos e difíceis, como o diálogo das fontes, a teoria da qualidade e a responsabilidade pelos bancos de dados. Em resumo, mantivemos o espírito, a sistemática e a estrutura da obra, apenas atualizando-a com novas e importantes decisões do Superior Tribunal de Justiça, em especial nos temas “repetitivos” (art. 543-C do CPC).

Se inicialmente chamou à atenção de alguns o fato de este *Manual* ter sido escrito por três pessoas, devemos lembrar que esta é justamente a tradição norte-americana, onde estudou Antonio Herman Benjamin, e a tradição alemã, onde tive o prazer de estudar, para um manual ou um “livro à mão” que possa sempre estar atualizado. Em capítulos temáticos, cada autor contribui com seu melhor, preservando, porém, a ordem e a estrutura do conjunto, a formar um sistema único e didático.

Permitam-me, ao final, agradecer sensibilizada aos queridos amigos e coautores, Leonardo Roscoe Bessa, incansável e verdadeiro “pai”, responsável por este *Manual*, e Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin, que, apesar de Ministro do STJ, gentilmente atualizou seus capítulos e sua maravilhosa teoria da qualidade – agradecer por sua ajuda e pela honra de participar deste esforço e deste sucesso conjunto. A destacar aqui também a ajuda decisiva da competentíssima equipe da Editora Revista dos Tribunais, para que o aprofundamento dos temas viesse no corpo do texto, em espaços e letras especiais, sem prejudicar a leitura daqueles que preferem – ou necessitam – uma visão mais rápida e geral do texto.

Por fim, cabe-me mais uma vez agradecer a gentil recepção dada a esta nossa obra conjunta. Esperamos que esta nova edição atualizada possa satisfazer as necessidades dos professores, estudantes e profissionais que enfrentam a beleza e o desafio de aprender e praticar o Direito do Consumidor no Brasil!

CLAUDIA LIMA MARQUES

APRESENTAÇÃO À 1.ª EDIÇÃO

Aprender é como caminhar, necessita vontade, iniciativa, força e perseverança, enfim, necessita um objetivo e uma técnica. Enganam-se os que afirmam que aprendemos naturalmente, sem esforços, sem querer verdadeiramente conquistar o saber. Aprender necessita, além de curiosidade, uma visão de futuro e de utilidade daquilo que aprendemos. Aprender necessita de uma metodologia, que é o caminho, o processo, é uma técnica que generosamente nos guia, nos ajuda a avançar de forma segura, técnica que nos é passada pelo professor, quase sem ser notada, mas que, se ausente, confunde, prejudica e escurece todo o nosso esforço de saber. E mais, o natural é aprender sempre dos outros, do seu exemplo, dos erros e dos acertos, do que observamos, do que repetimos e do que conseguimos absorver, daquilo que nos comunicam (comun-i-car), ou que tornam comum, daquilo que nos informam (in-forma-dar), ou a que dão forma, que retiram da complexidade e da pluralidade de conhecimentos que nos cercam, isto é, daquilo de que generosamente reduzem a complexidade, para nos transmitir o essencial.

É assim que este livro é apenas um manual, quer dizer, um livro de aprender. Livro simples, didático, sistemático, metódico, sem pretensões outras do que ensinar simplificando o básico do direito do consumidor. A ideia da obra era reunir a minha experiência de mais de 10 anos ministrando a cadeira de Direito do Consumidor e Direitos Fundamentais para alunos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com a experiência de um autor do Código de Defesa do Consumidor, hoje Ministro do Superior Tribunal de Justiça, o amigo e mestre Antonio Herman Benjamin; com a experiência de um engajado Promotor de Justiça do Distrito Federal, o amigo Leonardo Roscoe Bessa, hoje Presidente nacional do Brasilcon. Reunir esta experiência com a prática, a evolução e a teoria do direito do consumidor no Brasil e transmiti-la de forma clara. Na evolução dos trabalhos, a força motora e decisiva acabou sendo a de nosso colega Leonardo Roscoe Bessa, que foi responsável por todos os quadros sinóticos e acabou dando o ritmo dos trabalhos e influenciando toda a obra, de forma que cabe agradecer a este jovem e brilhante talento o fato de este esforço chegar a um bom fim. Registre-se também um agradecimento especial pela participação de Antonio Herman Benjamin, que, mesmo nas suas inúmeras atividades e compromissos como Ministro do STJ, deu-nos a honra de participar de mais este empreendimento como coautor, dividindo um pouco de seu enorme saber e visão do direito.

A obra, justamente por seu poder de síntese, espera-se que possa ser útil a todos os profissionais que lidam com o direito do consumidor, em especial nestes tempos de urgência e de abundância de informações. Não evitamos os temas mais difíceis, como o diálogo das fontes, a teoria da qualidade, os bancos de dados e cadastros de consumo ou as ações coletivas, mas – repita-se – esta é

uma obra dirigida principalmente ao estudante, aquele que está aprendendo ou iniciando seu aprendizado do direito do consumidor. Daí a preocupação com uma linguagem direta, clara e objetiva, sem, naturalmente, perder o rigor técnico que a matéria exige.

O objetivo principal é apresentar, em textos reduzidos e extremamente sistematizados, os conceitos e termos técnicos do direito do consumidor e suas relações no direito, facilitando a assimilação destas noções básicas e mencionando os principais casos e problemas, com objetividade e visão prática. Se a cadeira de Direito do Consumidor se multiplica nas Faculdades de Direito e se, na prática, é uma das mais importantes para os advogados, defensores públicos, promotores de justiça, magistrados e professores, a verdade é que são poucos os manuais que a enfrentam. Este livro pretende ser um facilitador do ensino, da revisão e do aprendizado desta disciplina, mesmo para aqueles que não a puderam seguir durante sua formação, daí por que indicamos uma bibliografia básica em cada capítulo.

Optamos, para propiciar uma leitura mais fácil e dinâmica, por não incluir notas de rodapé e sim esta bibliografia básica para aprofundamento. As informações mais detalhadas, as indicações de leitura e os casos que viriam nas notas foram incluídos, em letras menores, em destaques à direita e logo abaixo do próprio texto. A doutrina e a jurisprudência foram citadas, preferencialmente, nestes destaques. Privilegiamos as decisões do Superior Tribunal de Justiça, por questões pragmáticas, e em razão da competência constitucional desta egrégia Corte de dar a “última palavra” na interpretação do Código de Defesa do Consumidor.

E, com objetivo didático, para facilitar o aprendizado, foram elaborados, ao final de cada capítulo, quadros sinóticos, contendo um resumo esquemático da matéria, algumas classificações e conceitos, que devem ser fixados.

Assim, o *Manual* vem dividido em quatorze pequenos capítulos, abrangendo toda a Lei 8.078/90 (direito civil, administrativo, penal, processual, individual e coletivo). De modo geral, os capítulos seguem exatamente a mesma ordem e sequência de exposição das matérias feitas pelo Código de Defesa do Consumidor.

Coube-me a elaboração dos quatro capítulos iniciais, que realizam a *introdução* ao estudo do direito do consumidor, em uma espécie de Parte Geral do direito do consumidor no Brasil: referências históricas ao consumerismo, o surgimento e a grande importância da Lei 8.078/90, seu campo de aplicação e a necessidade atual, em tempos pós-modernos, de realização do *diálogo das fontes* para superar os aparentes – cada vez mais aparentes! – conflitos entre o Código de Defesa do Consumidor e outras fontes legais (Código Civil, leis setoriais de planos de saúde, mensalidades escolares, transporte aéreo etc.). Enfrento aqui principalmente o complexo tema das definições de consumidor, fornecedor, produto e serviço, que estão – ainda hoje, mais de 15 anos depois – na base de tantas disputas e conflitos nos Foros, Juizados Especiais, Procons e Tribunais Superiores.

O amigo e mestre Antonio Herman Benjamin também escreveu quatro capítulos. Autor do Código de Defesa do Consumidor, fundador do Brasilcon (Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor) e da *Revista de Direito do Consumidor* (que tenho a honra hoje de dirigir), atualizou aqui muitos de seus escritos iniciais sobre a matéria. Entre outras valiosas e históricas contribuições ao direito do consumidor, o *Manual* destaca a teoria da qualidade, formulada com maestria e originalidade em relação à congênere norte-americana, por este grande jurista, Antonio Herman Benjamin. Analisa também os desdobramentos desta teoria unificadora do regime (mais contratual) do vício do produto e do serviço e da disciplina (mais extracontratual) pelo fato do produto e do serviço, os chamados acidentes de consumo. Com didática impecável, Benjamin cuida de toda a disciplina que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) confere à oferta e à publicidade, às práticas abusivas (arts. 39 a 41) e à cobrança de dívidas. Já tive a honra de dividir um livro de comentários em coautoria com Antonio Herman Benjamin, e devo afirmar que sua visão precisa, pragmática e universal dos problemas encanta e focaliza exatamente naquilo que devemos saber. É, pois, de suma importância sua participação neste *Manual*, com todo seu potencial didático. Trouxe nesta obra mais luz à sua belíssima – e sempre citada – teoria da qualidade, que ficara reproduzida apenas em uma primeira edição de um comentário de 1992.

O grande responsável por esta obra, Leonardo Roscoe Bessa, elaborou seis de seus capítulos: vícios dos produtos e serviços, proteção contratual, bancos de dados e cadastros de consumo, Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, ações coletivas e infrações penais. Leonardo Roscoe Bessa destaca-se por sua competência, talento e originalidade de pensamento. Autor de vários trabalhos publicados nacionalmente, alia seriedade e ousadia como poucos e traz a esta obra a vida e a casuística, com brilhantismo. Toda a sua experiência extraída do Ministério Público do Distrito Federal, como Promotor de Justiça atuando há treze anos na defesa do consumidor, aliada às reflexões acadêmicas da UnB e UERJ, transparecem em cada parágrafo e evidenciam a importância de associar *teoria e prática*. Os problemas e soluções apresentados por Bessa são *reais*, habitam o dia a dia do profissional do direito e, portanto, preparam o estudante para o que realmente importa e existe no direito do consumidor hoje.

Cabe-me, ao final, não só agradecer aos meus coautores, mas destacar o belo trabalho editorial realizado pela competente equipe da Editora Revista dos Tribunais. A RT é, sem dúvida alguma, a editora nacional mais especializada em matéria de direito do consumidor e parceira do Brasilcon desde a primeira hora, mas até hoje não possuía um *Manual de direito do consumidor*. Neste sentido, agradecemos o incentivo da direção da Editora, de nossas famílias e de nossos alunos para que esta obra pudesse ser criada. Repita-se, é uma pequena contribuição, é um manual, didático e metódico, mas esperamos sinceramente que possa ser útil a todos os juristas e estudantes interessados na proteção do consumidor!

CLAUDIA LIMA MARQUES

SUMÁRIO

NOTA À 8.ª EDIÇÃO	11
NOTA À 7.ª EDIÇÃO.....	13
NOTA À 6.ª EDIÇÃO.....	15
NOTA À 5.ª EDIÇÃO.....	17
NOTA À 4.ª EDIÇÃO.....	19
NOTA À 3.ª EDIÇÃO.....	21
NOTA À 2.ª EDIÇÃO.....	23
APRESENTAÇÃO À 1.ª EDIÇÃO.....	25
I. INTRODUÇÃO AO DIREITO DO CONSUMIDOR – CLAUDIA LIMA MARQUES.....	41
1. Noções introdutórias sobre este novo ramo do direito.....	41
2. Origem constitucional da proteção afirmativa dos consumidores: uma introdução sistemática	42
a) A importância do mandamento constitucional e a eficácia do direito fundamental de proteção dos consumidores (<i>Drittwirkung</i>).....	43
b) A importância da força normativa da Constituição para a construção de um novo direito privado com função social: um direito privado solidário?	45
3. Evolução do princípio <i>favor debilis</i> até o princípio de proteção do consumidor: uma introdução dogmático-filosófica.....	49
a) Princípio tutelar no direito privado e a máxima <i>favor debilis</i>	50
b) Um direito privado de liberdade e igualdade material: um direito privado para iguais e para diferentes.....	51
4. A relativização dos antigos dogmas do direito civil e comercial em face das mudanças sociais e econômicas no mercado: uma <i>introdução socioeconômica</i>	54
a) O desejo de consumo individual e a falácia do consumidor como “rei” do mercado	55
b) A massificação da produção, da distribuição e do consumo e os reflexos na posição de vulnerabilidade do consumidor	57
5. O direito do consumidor como disciplina nas faculdades de direito: a luta pela autonomia e obrigatoriedade	59
Quadro sinótico	63
Bibliografia.....	63
II. A LEI 8.078/1990 E OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR – CLAUDIA LIMA MARQUES.....	67
1. Noções introdutórias	67

2. O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) como microsistema	68
a) Sistema do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) e influências do direito comparado	70
b) O modelo <i>sui generis</i> de Código de Defesa do Consumidor: a sua divisão em partes e a comparação com os códigos de consumo da França e Itália	73
c) A importância sistemática do art. 4.º do CDC: norma narrativa de uma lei de função social	79
3. Direitos básicos do consumidor	82
a) Vida, saúde e segurança	83
b) Liberdade de escolha	84
c) Informação	85
d) Transparência e boa-fé (combate ao abuso)	89
e) Proteção contratual (a revisão por onerosidade excessiva)	90
f) Prevenção e reparação de danos morais e materiais (a desconsideração da personalidade jurídica)	94
g) Acesso à justiça e inversão do ônus da prova.....	98
h) Serviços públicos adequados e eficazes.....	102
Quadro sinótico	103
Bibliografia.....	103
III. CAMPO DE APLICAÇÃO DO CDC – CLAUDIA LIMA MARQUES	107
1. Introdução: o novo direito privado e o campo de aplicação do CDC.....	107
2. As definições de consumidor no CDC	110
a) As teorias finalista e maximalista e a definição principal do art. 2.º do CDC.....	111
b) O finalismo aprofundado e a noção de vulnerabilidade no CDC.....	116
c) Os consumidores equiparados.....	128
3. As definições de fornecedor.....	133
a) Art. 3.º do CDC: as definições de produto, de serviço e remuneração direta e indireta	133
b) Cadeia de fornecimento e o fornecedor “equiparado”	138
c) Os fornecedores na economia do compartilhamento.....	140
Quadro sinótico	142
Bibliografia.....	142
IV. DIÁLOGO DAS FONTES – CLAUDIA LIMA MARQUES	145
1. Introduzindo o diálogo das fontes (ou o modelo brasileiro de coexistência e aplicação simultânea e coerente do Código de Defesa do Consumidor, do Código Civil de 2002 e da legislação especial)	145
2. Diálogo entre o Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil	148
3. O modelo <i>sui generis</i> brasileiro: um código para iguais (CC/2002) dialogando com um código para diferentes (CDC).....	152

4. Diálogo entre “leis especiais” e o CDC: os critérios clássicos dos conflitos de leis e o diálogo das fontes especiais	155
Quadro sinótico	161
Bibliografia.....	162
V. TEORIA DA QUALIDADE – ANTONIO HERMAN V. BENJAMIN	165
1. Introdução: as duas órbitas da proteção ao consumidor	165
2. A proteção do consumidor no direito tradicional através da teoria dos vícios redibitórios	167
3. As deficiências jurídicas.....	167
4. A exigência de vínculo contratual.....	168
5. A exiguidade dos prazos para reclamar	168
6. A estreiteza do conceito de vício redibitório	168
7. A exclusão da garantia de durabilidade.....	169
8. A insuficiência das opções satisfativas	170
9. A internalização dos custos sociais da atividade produtiva	170
10. A disponibilidade da garantia	171
11. A dificuldade de prova do vício.....	171
12. A irrelevância da profissionalidade da vítima.....	171
13. As deficiências fáticas	172
14. Teoria dos vícios redibitórios x teoria da qualidade.....	172
15. A teoria da qualidade e os seus dois aspectos	174
Quadro sinótico	176
Bibliografia.....	177
VI. FATO DO PRODUTO E DO SERVIÇO – ANTONIO HERMAN V. BENJAMIN	179
1. Noção de responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.....	179
2. Os vícios de qualidade por insegurança e os riscos do mercado de consumo	181
3. Conceito de vício de qualidade por insegurança.....	181
4. A segurança como um conceito relativo.....	182
5. A distinção entre periculosidade inerente e periculosidade adquirida	183
6. A periculosidade inerente	184
7. A periculosidade adquirida.....	185
8. A periculosidade exagerada	186
9. Os danos indenizáveis	187
10. Os produtos como objeto do art. 12	188
11. Os responsáveis pelo dever de indenizar.....	188
12. A responsabilidade civil objetiva.....	190
13. O defeito como elemento gerador da responsabilidade.....	192
14. O conceito de defeito no Código.....	192

15. Classificação dos defeitos em relação à sua origem	193
16. Os defeitos de fabricação	193
17. Os defeitos de concepção	195
18. Os defeitos de comercialização	195
19. As causas de exclusão da responsabilidade	197
20. O caso fortuito e a força maior	199
21. Os riscos de desenvolvimento	201
22. A alocação dos riscos de desenvolvimento	202
23. Os critérios para avaliação do que seja risco de desenvolvimento	203
24. A responsabilidade subsidiária do comerciante	203
25. A solidariedade na responsabilidade do comerciante	204
26. As hipóteses de responsabilidade subsidiária e solidária do comerciante	205
27. O produto anônimo	206
28. O produto mal identificado	206
29. A má conservação dos produtos perecíveis	207
30. O direito de regresso	208
31. Os serviços como objeto do art. 14	209
32. Os responsáveis pelo dever de indenizar	210
33. O defeito na prestação do serviço como elemento gerador da responsabilidade	211
34. As causas de exclusão da responsabilidade	212
35. A responsabilidade dos profissionais liberais por acidentes de consumo	212
36. Ampliação do conceito de consumidor (art. 17)	214
Quadro sinótico	216
Bibliografia	217
VII. VÍCIO DO PRODUTO E DO SERVIÇO – LEONARDO ROSCOE BESSA	219
1. Introdução	219
2. Referências históricas: vícios redibitórios	220
3. Vícios redibitórios no Código Civil de 2002	221
4. Críticas à disciplina do CC/1916 e reação do Código de Defesa do Consumidor	223
5. Generalidades sobre a proteção do CDC	224
6. Conceito de vício do produto no CDC	226
7. Vício aparente e de fácil constatação	228
8. Vício conhecido pelo consumidor	229
9. Vício de quantidade	230
10. Solidariedade entre fornecedores	232
11. As três alternativas do consumidor	234
12. Culpa e ignorância do fornecedor	236
13. O prazo de 30 dias (art. 18, § 1.º)	237
14. Forma de contagem do prazo de 30 dias	240

15. Indenização pela utilização do prazo de 30 dias.....	241
16. Vício dos serviços (art. 20)	242
17. Solidariedade dos fornecedores na prestação de serviços.....	244
18. Componentes novos, originais e adequados no fornecimento de serviços.....	246
19. Decadência do direito de reclamar dos vícios.....	247
20. O vício oculto e o critério da vida útil para início da contagem do prazo decadencial ...	250
21. Causas obstativas do prazo decadencial (art. 26, § 2.º)	255
22. Suspensão ou interrupção da decadência?.....	256
23. Aplicação de prazos mais vantajosos do Código Civil.....	257
24. Relação entre os prazos de garantia legal e contratual (art. 50)	259
25. Garantia estendida.....	263
26. Serviços públicos	265
27. Corte do fornecimento de energia elétrica e água.....	269
Quadro sinótico	272
Bibliografia.....	273
VIII. OFERTA E PUBLICIDADE – ANTONIO HERMAN V. BENJAMIN	275
1. Da oferta clássica à oferta publicitária.....	276
2. A força obrigatória da oferta no direito tradicional	277
3. Bases do novo paradigma da oferta publicitária	277
4. O princípio da vinculação.....	278
5. Pressupostos para a incidência do princípio da vinculação.....	280
6. Recusa de cumprimento da oferta.....	281
7. Os sujeitos responsáveis	282
8. A enganosidade.....	284
9. Recusa de cumprimento sob o argumento de equívoco no anúncio.....	285
10. Responsabilidade civil objetiva.....	286
11. Só o anunciante tem os meios contratuais para acionar a agência e o veículo.....	287
12. Irretratabilidade da oferta publicitária	288
13. Dever de informar (art. 31 do CDC)	288
14. O caráter enumerativo do art. 31	292
15. A informação em português.....	292
16. Os dados integrantes do dever de informar.....	293
17. Embalagem e rotulagem	294
18. Destinatário da norma	294
19. Oferta por telefone ou reembolso postal	295
20. A importância da publicidade.....	296
21. Dever de informar e publicidade.....	296
22. Publicidade e controle	297
23. O conceito de publicidade	297

24. Publicidade x propaganda	298
25. Os diversos tipos de publicidade: institucional e promocional	298
26. Patrocínio	299
27. Entendendo a gênese de uma criação publicitária.....	299
28. A necessidade de um novo tratamento jurídico para a publicidade brasileira	300
29. A situação anterior ao Código de Defesa do Consumidor	301
30. O controle da publicidade no Código de Defesa do Consumidor.....	301
31. A regulamentação legal da publicidade no Código: civil, administrativa e penal	302
32. Os princípios gerais adotados pelo Código	302
33. O princípio da identificação da publicidade.....	303
34. O princípio da vinculação contratual da publicidade.....	303
35. O princípio da veracidade da publicidade	303
36. O princípio da não abusividade da publicidade	303
37. O princípio da inversão do ônus da prova.....	303
38. O princípio da transparência da fundamentação da publicidade	304
39. O princípio da correção do desvio publicitário	304
40. O princípio da lealdade publicitária.....	304
41. O princípio da identificação da publicidade.....	304
42. O <i>merchandising</i>	305
43. O <i>teaser</i>	306
44. O princípio da transparência da fundamentação	306
45. A proibição da publicidade enganosa ou abusiva.....	307
46. A publicidade enganosa	307
47. Os diversos tipos de publicidade enganosa	308
48. O elemento subjetivo.....	309
49. Capacidade de enganar e erro real.....	309
50. O consumidor desinformado e ignorante é protegido.....	310
51. Os consumidores mais frágeis são especialmente tutelados	310
52. A impressão total	310
53. A publicidade enganosa comissiva.....	311
54. O exagero publicitário	311
55. O anúncio ambíguo	311
56. Alegações expressas e alegações implícitas	312
57. A publicidade enganosa por omissão	312
58. O conceito de dado essencial	313
59. As demonstrações simuladas	314
60. A língua portuguesa.....	314
61. A publicidade abusiva.....	314
62. O conceito de publicidade abusiva.....	315

63. A publicidade discriminatória	315
64. A publicidade exploradora do medo ou superstição	315
65. A publicidade incitadora de violência	316
66. A publicidade antiambiental.....	316
67. A publicidade indutora de insegurança.....	316
68. A publicidade dirigida aos hipossuficientes.....	316
69. Controle da publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias	317
70. A inversão do ônus da prova na publicidade	318
Quadro sinótico	319
Bibliografia.....	320
IX. PRÁTICAS ABUSIVAS – ANTONIO HERMAN V. BENJAMIN.....	323
1. Introdução: o conceito de prática abusiva.....	323
2. Classificação	324
3. A impossibilidade de exaustão legislativa	325
4. As sanções	326
5. O elenco exemplificativo das práticas abusivas.....	326
6. Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço (art. 39, I).....	327
7. Recusa de atendimento à demanda do consumidor (art. 39, II)	330
8. Fornecimento não solicitado (art. 39, III).....	330
9. O aproveitamento da vulnerabilidade do consumidor (art. 39, IV).....	333
10. A exigência de vantagem excessiva (art. 39, V)	334
11. Serviços sem orçamento e autorização do consumidor (art. 39, VI).....	334
12. Divulgação de informações negativas sobre o consumidor (art. 39, VII)	335
13. Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas (art. 39, VIII)	335
14. A normalização	336
15. Recusa de venda direta (art. 39, IX)	339
16. Elevação de preço sem justa causa (art. 39, X)	340
17. Reajuste diverso do previsto em lei ou no contrato (art. 39, XI).....	340
18. A inexistência ou deficiência de prazo para cumprimento da obrigação (art. 39, XII)...	341
19. Tabelamento de preços	341
20. A cobrança de dívidas de consumo	341
21. Objeto do dispositivo (art. 42, <i>caput</i>).....	343
22. Os contatos do credor com terceiros	343
23. As práticas proibidas.....	343
24. As proibições absolutas.....	344
25. A ameaça.....	344
26. A coação e o constrangimento físico ou moral	345
27. O emprego de afirmações falsas, incorretas ou enganosas.....	345

28. As proibições relativas	346
29. A exposição do consumidor a ridículo	346
30. A interferência no trabalho, descanso ou lazer.....	346
31. Sanções civis, administrativas e penais	347
32. Repetição do indébito	348
33. O regime do Código Civil	348
34. Pressupostos da sanção no regime do CDC.....	349
35. O pressuposto da cobrança de dívida.....	349
36. O pressuposto da extrajudicialidade da cobrança	349
37. O pressuposto da qualidade de consumo da dívida cobrada	350
38. A suficiência de culpa para aplicação da sanção	350
39. Cobrança indevida por uso de cláusulas ou critérios abusivos.....	352
40. Os juros e a correção monetária	352
41. O valor da sanção.....	352
Quadro sinótico	353
Bibliografia.....	353
X. BANCOS DE DADOS E CADASTROS DE CONSUMO – LEONARDO ROSCOE BESSA	355
1. Introdução.....	355
2. Distinção entre bancos de dados e cadastros de consumo	356
3. Bancos de dados de proteção ao crédito no Brasil.....	358
4. Fonte das informações.....	360
5. Informações negativas	360
6. Informações positivas: Lei 12.414/2011	360
7. Relevância dos bancos de dados de proteção ao crédito	361
8. Necessidade de controle: ameaça a direitos da personalidade	363
9. Privacidade e proteção de dados pessoais	363
10. Honra	365
11. Constitucionalidade: ponderação de valores	366
12. Modelos europeu e americano de proteção de dados	367
13. Âmbito de incidência do Código de Defesa do Consumidor	369
14. Limites e sanções	370
15. Sanções penais	371
16. Sanções administrativas.....	371
17. Sanções civis.....	372
18. Danos morais.....	373
19. Danos materiais	375
20. Responsabilidade objetiva	375
21. Responsabilidade solidária entre banco de dados e fornecedor.....	377
22. Entidades de caráter público.....	378

23. Qualidade das informações.....	379
24. Informação verdadeira.....	380
25. Linguagem de fácil compreensão.....	381
26. Informação clara.....	382
27. Informação objetiva.....	383
28. Informação não excessiva e vinculada à proteção do crédito.....	383
29. Mais limites: outros direitos em favor do consumidor.....	385
30. Direito ao acesso.....	385
31. Gratuidade do acesso.....	386
32. Direito à retificação.....	387
33. Prazo para retificação.....	389
34. Direito à comunicação.....	390
35. Prazo e conteúdo da comunicação.....	392
36. Responsável pela comunicação.....	394
37. Limites temporais dos registros.....	395
38. Prazo de cinco anos (art. 43, § 1.º).....	395
39. Prazo prescricional (art. 43, § 5.º).....	397
Quadro sinótico.....	399
Bibliografia.....	400
XI. PROTEÇÃO CONTRATUAL – LEONARDO ROSCOE BESSA.....	403
1. Introdução.....	403
2. Nova teoria contratual.....	405
3. Boa-fé objetiva e equilíbrio econômico.....	411
4. Importância da fase pré-contratual.....	415
5. Limites e regras do contrato de adesão.....	417
6. Interpretação do contrato em favor do consumidor (art. 47).....	422
7. Arrependimento e desistência do contrato (art. 49).....	423
8. Rol exemplificativo de cláusulas abusivas.....	425
9. Cláusula abusiva: característica e sanção.....	426
10. Reconhecimento de ofício pelo juiz.....	427
11. Nulidade e modificação contratual.....	429
12. Rol de cláusulas abusivas.....	430
13. Vedação da cláusula de não indenizar (art. 51, I).....	431
14. Subtração de opção de reembolso (art. 51, II).....	433
15. Transferência de responsabilidade a terceiro (art. 51, III).....	434
16. Cláusula da boa-fé objetiva e equilíbrio econômico do contrato (art. 51, IV).....	435
17. Vedação de inversão prejudicial do ônus da prova (art. 51, VI).....	440
18. Determinação compulsória de arbitragem (art. 51, VII).....	442
19. Imposição de representante (art. 51, VIII).....	445

20. Opção exclusiva do fornecedor de concluir o contrato (art. 51, IX).....	446
21. Alteração unilateral do preço (art. 51, X).....	447
22. Cancelamento unilateral (resilição) do contrato (art. 51, XI)	449
23. Ressarcimento unilateral dos custos da cobrança (art. 51, XII).....	452
24. Alteração unilateral do contrato (art. 51, XIII)	454
25. Violação de normas ambientais (art. 51, XIV).....	454
26. Cláusula contrária ao sistema de proteção ao consumidor (art. 51, XV).....	455
27. Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias (art. 51, XVI)	456
28. Elenco complementar de cláusulas abusivas da Secretaria Nacional do Consumidor (Ministério da Justiça)	457
29. Crédito e financiamento ao consumidor (art. 52)	458
Quadro sinótico	463
Bibliografia.....	463
XII. SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR – LEONARDO ROSCOE BESSA	465
1. Introdução.....	465
2. Ministério Público (Promotoria de Defesa do Consumidor).....	466
3. Defensoria Pública.....	469
4. Delegacia do Consumidor	472
5. Procon	473
6. Sanções administrativas.....	477
7. Cadastro de reclamações fundamentadas	481
8. Associações civis de defesa do consumidor.....	483
9. Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor – Brasilcon	485
10. Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – IDEC.....	486
11. Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon (Ministério da Justiça)	486
12. Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor – SINDEC.....	490
13. Outros órgãos que defendem o consumidor	491
14. Conflito de atribuições entre Procon e outros órgãos.....	492
Quadro sinótico	497
Bibliografia.....	497
XIII. DIREITO PENAL DO CONSUMIDOR – LEONARDO ROSCOE BESSA	499
1. Introdução.....	499
2. As relações de consumo como bem jurídico penal.....	500
3. Violação ao direito do consumidor: sanções penais, civis e administrativas.....	501
4. Direito penal do consumidor	503
5. Referências históricas ao direito penal do consumidor	503
6. Código Penal e proteção ao consumidor.....	504
7. Resultado nas infrações penais de consumo e crimes de perigo	505

8. Sujeitos ativo e passivo dos crimes contra as relações de consumo	506
9. Quem deve responder: diretor, gerente, empregado?	508
10. Responsabilidade penal da pessoa jurídica	512
11. Tipos penais	514
12. Omissão de informação a consumidores (art. 63)	514
13. Omissão de comunicação da nocividade de produtos (art. 64)	517
14. Execução de serviço de alto grau de periculosidade (art. 65)	519
15. Oferta não publicitária enganosa (art. 66)	521
16. Publicidade enganosa ou abusiva (art. 67)	523
17. Indução a comportamento prejudicial ou perigoso (art. 68)	525
18. Publicidade sem base fática, técnica ou científica (art. 69)	525
19. Troca de peças usadas sem autorização (art. 70)	526
20. Cobrança abusiva de dívidas (art. 71)	527
21. Impedimento de acesso a cadastros e bancos de dados (art. 72)	528
22. Omissão de correção de informações em bancos de dados e cadastros (art. 73)	530
23. Omissão na entrega do termo de garantia (art. 74)	532
24. Individualização e fixação judicial da pena	533
25. Valor da fiança, assistência e ação penal subsidiária	535
Quadro sinótico	537
Bibliografia	538
XIV. AÇÃO COLETIVA – LEONARDO ROSCOE BESSA	539
1. Introdução	539
2. Generalidades e referências históricas sobre a proteção dos direitos coletivos	540
3. O novo Código de Processo Civil e as demandas repetitivas: IRDR e Recursos Repetitivos	544
4. Ação coletiva ou ação civil pública?	545
5. Direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos	546
6. Direitos difusos	546
7. Direitos coletivos	547
8. Direitos individuais homogêneos	549
9. Identificação processual da espécie de direito coletivo	551
10. Cumulação de pedidos nas ações coletivas	552
11. Legitimidade e interesse	554
12. Legitimidade do Ministério Público: a relevância social	560
13. Competência	563
14. Coisa julgada e limites subjetivos das decisões	566
15. Relação entre ação coletiva e individual indenizatória	568
16. Limitação territorial dos efeitos das ações coletivas (art. 16 da Lei 7.347/1985)	570
17. Custas processuais, honorários advocatícios e periciais	574

40 | MANUAL DE DIREITO DO CONSUMIDOR

18. Integração entre os legitimados	578
19. Termo de ajustamento de conduta – TAC.....	579
Quadro sinótico	584
Bibliografia.....	585
OUTRAS OBRAS DOS AUTORES	587