



Prefácio



**SUZANA MARIA CATTÀ PRETA FEDERIGHI**

Doutora em Direito das Relações Sociais pela PUC-SP. Professora Assistente Doutora da PUC-SP. Procuradora do Estado de São Paulo. Diretora do BRASILCON; Membro do Conselho Curador da Fundação PROCON. Chefe do Departamento VI – Direitos Difusos da PUC-SP para os períodos (2013-2015) e (2015-2017).

Coube a mim a honra de prefaciar a obra *Prática e Estratégia – Direito do Consumidor*, um trabalho do acadêmico e advogado Luiz Fernando Afonso, que, ao longo dos anos, tem se dedicado a um estudo profundo e minucioso dos mais variados aspectos da doutrina de consumo, com total ênfase aos seus aspectos multidisciplinares.

O presente trabalho tem um objetivo inédito: não é um resumo – que pecaria pela falta de profundidade – nem uma monografia de um tema específico.

Ao contrário, é um trabalho generoso em temas áridos e pouco explorados, tal como o recall, e que representam para os profissionais da área uma intensa dificuldade na busca de soluções para os litígios neles fundados.

O profissional da área das relações de consumo não encontra, geralmente, trabalhos que organizem os temas aqui explorados, de forma ágil, técnica, precisa.

Esta foi a missão a qual Luiz Fernando Afonso se dedicou com esmero e extrema qualidade técnica: abordar o tema de modo que o leitor, em qualquer nível de conhecimento que esteja, possa compreender os limites mínimos e os desdobramentos imediatos dos institutos abordados, a forma de manejo dos instrumentos disponibilizados pelo Código de Defesa do Consumidor e a leitura conjuntural que deve ser dada ao diploma.

O trabalho certamente orientará o leitor nesses já referidos temas áridos em dilemas futuros e, de maneira extremamente clara e didática, ainda é apto a traçar um panorama dos temas mais relevantes, que usualmente se entrelaçam, rendendo grandes conflitos de ordem econômica, de segurança do consumidor e de toda a coletividade.

A leitura atenta levará à compreensão do sistema como um todo e também à organização desses temas, para que o militante da área tenha a percepção rápida, profunda e eficiente do que se pode extrair do sistema. Uma das habilidades do autor, que possui grande conhecimento na área, é a curiosidade pelas novidades e grande segurança na análise dos pilares do Código de Defesa do Consumidor.

Boa leitura!





Apresentação





O estudo das práticas e das estratégias processuais no Direito do Consumidor torna-se cada vez mais relevante diante da modernização, cada dia mais intensa, e do mercado de consumo.

É notório o fato de que o mercado de consumo enfrenta hoje uma intensa modernização provocada pelas novas tecnologias, acompanhada também da modernização da legislação brasileira, tal como aconteceu com o processo civil brasileiro com o advento do Código de Processo Civil em 2015. E o Direito do Consumidor não pode ficar fora desse novo contexto.

Nesse cenário contemporâneo da vida cotidiana, o presente trabalho busca apresentar variados temas entre os mais discutidos no Judiciário brasileiro em matéria de consumo, escolhidos após vasta pesquisa doutrinária e jurisprudencial e que consistem em material necessário para uma boa aplicação e para o desenvolvimento dos estudos dessa matéria.

A preocupação que norteia o estudo é a existência e a necessidade de manutenção de um mercado de consumo saudável, que está em constante desenvolvimento, cujos estudos devem ser permanentemente atualizados.

A presente obra, nesse sentido, visa cumprir o propósito de proporcionar ao leitor uma completa (essa é, pelo menos, a nossa pretensão...) orientação sobre como agir nas situações práticas mais adversas, naqueles conhecidos “casos difíceis”, e que envolvam os temas propostos em cada um dos capítulos que compõem este trabalho.

Os “casos difíceis” têm solução, e é o que se busca com a presente obra.

Este trabalho tem sua origem associada a intenso e diário trabalho profissional na matéria de direito do consumidor, especialmente nos temas propostos nos capítulos que se seguem à presente apresentação.

Como se verá da leitura da presente obra, não há uma sequência lógica e ordenada de temas, porque essa não é a nossa intenção. Os temas, como dito, foram escolhidos entre aqueles mais discutidos na doutrina e na jurisprudência e apresentados sob os seus aspectos doutrinários, jurisprudenciais e legislativos, acompanhados de algumas “dicas” na prática e de forma estratégica.

Inicia-se pelo *recall*, tema tão discutido nas esferas administrativa e judicial, com a indicação do cuidado que todo profissional do direito deve ter ao tomar a decisão pela instauração de um procedimento de *recall*, que, como cediço, trata do tema delicado, pois relativo à saúde e à segurança de consumidores no mercado de consumo.

Na mesma seara da saúde e da segurança de consumidores no mercado de consumo, o capítulo que se segue trata do delicado tema dos contratos de planos





de saúde, quando então serão analisados, entre outros assuntos, o aumento abusivo das mensalidades e a negativa de procedimentos.

Segue-se, assim, o tema da publicidade, muito caro ao mercado de consumo, pois consiste no mecanismo mais utilizado pelos fornecedores para atração dos seus consumidores para aquisição dos produtos e serviços que colocam no mercado. Se é o mecanismo mais usado, deve ser, por óbvio, aquele a ser observado e analisado com mais atenção na forma dos ditames trazidos no bojo do Código de Defesa do Consumidor, ainda mais na sociedade de informação pós-moderna vivida pelos consumidores.

A modernização aventada no início desta apresentação é revelada por dois dos temas tratados no presente trabalho: a inversão do ônus da prova e a descon sideração da personalidade jurídica. Temas de grande relevância para o Direito do Consumidor, foram objeto de regulação pelo novo Código de Processo Civil em 2015, razão pela qual imperioso se faz aprofundar o estudo desses dois temas, seja para concluir pela sua completa autonomia relativamente ao novo diploma processual civil, seja para compreender a relação de consumo alinhada às normas processuais, num verdadeiro, e necessário, diálogo das fontes.

Mais à frente, a análise feita no presente trabalho recai sobre as práticas e as cláusulas abusivas previstas nos artigos 39 e 51, ambos do Código de Defesa do Consumidor. Os temas mostram-se de extrema relevância para o Direito do Consumidor e para a prática e estratégia empresariais, pois consistem na análise das práticas comerciais encontradas no mercado de consumo e das cláusulas constantes de contratos firmados por consumidores junto aos seus fornecedores.

Por óbvio, a análise das práticas comerciais e das cláusulas contratuais passa necessariamente por essa modernização do mercado de consumo, já que aquilo que se imaginava como mercado de consumo em 1990 já não existe mais. Portanto, a análise das práticas realizadas pelos fornecedores e dos contratos firmados no mercado de consumo deverá levar em conta os novos mecanismos de comércio eletrônico, as novas mídias, as plataformas digitais e os já conhecidos aplicativos em celulares e *tablets*.

Não menos importantes, os temas da responsabilidade civil e do dano moral são tratados de forma objetiva e totalmente alinhada com o que vem sendo decidido pelos tribunais nacionais e pelos Tribunais Superiores. São os temas mais tratados nas ações judiciais em curso em matéria de consumo e por isso são trazidos para análise no presente trabalho.

Os Juizados Especiais se fazem presentes no contexto deste trabalho, pois consiste no verdadeiro e mais utilizado “campo de batalha” entre fornecedores e consumidores insatisfeitos com o contrato que celebraram ou com o produto





que adquiriram, ou, ainda, quando esses contratos ou esses produtos provocaram danos, violando o dever de segurança. São apresentados para pronta referência dos leitores todos os enunciados do FONAJE relativos ao tema de consumo como forma de facilitar o seu acesso na prática e na estratégia empresariais.

Direito de Arrependimento, Processo Administrativo Sancionatório, Termos de Ajustamento de Conduta e Serviços de Atendimento ao Consumidor são os demais temas aqui tratados e demonstram a nossa preocupação em apresentar aquilo que é objeto de ampla discussão na doutrina e na jurisprudência, apontando estratégias de solução de problemas e para os casos mais difíceis.

O presente trabalho, enfim, consiste em uma contribuição para o estudo dos temas tratados, abordando a prática e a estratégia para a solução dos casos mais difíceis, buscando uma interpretação do Código de Defesa do Consumidor que proteja do consumidor, sem, contudo, descuidar do equilíbrio e da harmonização tão necessários para a constituição de um mercado de consumo saudável.





Colaboradores





Equipe de pesquisa

CÉZAR SAMPAIO DE LACERDA

Graduado em Direito pela Universidade Presbiteriana Mackenzie.

FLÁVIA LEME ORSI BORGES

Advogada e mestre em Direito pela PUC-SP.





Sumário

Prefácio	9
Apresentação	11
Colaboradores	15
Capítulo 1 – Recall.....	19
Capítulo 2 – Planos de Saúde	35
Capítulo 3 – Publicidade enganosa e abusiva	59
Capítulo 4 – Desconsideração da personalidade jurídica: uma análise após a promulgação do novo Código de Processo Civil em 2015.....	91
Capítulo 5 – Práticas e cláusulas abusivas.....	105
Capítulo 6 – Inversão do ônus da prova	119
Capítulo 7 – Juizados Especiais Cíveis	127
Capítulo 8 – Responsabilidade civil nas relações de consumo	151
Capítulo 9 – Direito de arrependimento	181
Capítulo 10 – Dano moral.....	193
Capítulo 11 – Processo administrativo do consumidor, sanções administrativas e termos de ajustamento de conduta	207
Capítulo 12 – Serviço de Atendimento ao Consumidor – SAC	227
Capítulo 13 – Definição de consumidor.....	239
Enunciados BRASILCON	255

