

LÍVIA FERNANDES SALZMAN

EFETIVIDADE DOS MEIOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR DIANTE  
DAS PRÁTICAS ABUSIVAS DO COMÉRCIO SEGUNDO O CÓDIGO DE  
DEFESA DO CONSUMIDOR

TEÓFILO OTONI- MG  
FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI  
2015

LÍVIA FERNANDES SALZMAN

EFETIVIDADE DOS MEIOS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR DIANTE  
DAS PRÁTICAS ABUSIVAS DO COMÉRCIO SEGUNDO O CÓDIGO DE  
DEFESA DO CONSUMIDOR

Monografia apresentada ao Curso de Direito das Faculdades Unificadas de Teófilo Otoni, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Área de Concentração: Direito Civil

Professora Orientadora: Káthia Neiva Rodrigues da Costa

TEÓFILO OTONI- MG  
FACULDADES UNIFICADAS DE TEÓFILO OTONI  
2015

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

A Monografia intitulada: “Efetividade dos meios de proteção ao consumidor diante das práticas abusivas do comércio segundo o Código de Defesa do Consumidor”,

elaborada pela aluna LÍVIA FERNANDES SALZMAN

foi aprovada por todos os membros da Banca Examinadora e aceita pelo curso de Direito das Faculdade Unificadas Teófilo Otoni, como requisito parcial da obtenção do título de

**BACHAREL EM DIREITO.**

Teófilo Otoni, 26 de novembro de 2015.

---

Káthia Neiva Rodrigues da Costa

---

Igor Alves Noberto Soares

---

Marco Antônio Poubl Minitério Fº

Dedico este trabalho a minha amada mãe, irmã e ao meu sobrinho/afilhado, pois deles vem a minha força e vontade para continuar lutando e nunca desistir dos meus sonhos. 'É tudo por vocês, e para vocês!'

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço a Deus, por renovar a cada momento a minha força e disposição e pelo discernimento concedido ao longo dessa jornada. A minha família, em especial a minha mãe, irmã e sobrinho pelo amor incondicional e por sempre acreditarem em mim. Ao Anderson pelo companheirismo e carinho. Aos amigos que conquistei durante a graduação pelo apoio. E a todos aqueles que torceram, acreditaram e contribuíram na realização desse sonho.

## **ABREVIATURAS E SIGLAS**

Art., arts. – Artigo, artigos

CDC – Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

CP – Código Penal (Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940)

CF – Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988

TJMG – Tribunal de Justiça do estado de Minas Gerais

STF – Supremo Tribunal Federal

STJ – Superior Tribunal de Justiça

## RESUMO

A presente Monografia intitulada: “Efetividade dos meios de proteção ao consumidor diante das práticas abusivas do comércio segundo o Código de Defesa do Consumidor”, com área de concentração no Direito Civil, visa demonstrar os direitos que o Código de Defesa do Consumidor traz e quais benefícios essa tutela trouxe as relações de consumo, revestindo-a de caráter público, objetivando resguardar os interesses não apenas individuais, mas também do consumidor em sua coletividade. O objetivo aqui almejado é fazer uma abordagem dos princípios e normas constitucionais que influenciam, direcionam e integram as normas basilares insertas no Código de Defesa do Consumidor – CDC. Foram realizadas análises de ordem geral para esclarecimentos, acerca dos princípios constitucionais que possuam relação com aqueles constantes no Código de Defesa do Consumidor – CDC. Após estudo de toda hermenêutica e base constitucional, foi realizado estudo da formação da relação de consumo bem como apresentação dos conceitos acerca deste, da proteção prevista no Código do Consumidor em prol da defesa e direito do consumidor, bem como as penalidades as quais os fornecedores estão submetidos.

**Palavras-Chave:** consumidor; Código de Defesa do Consumidor; práticas abusivas; relação de consumo.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>1 BREVE APANHADO HISTÓRICO DA RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	<b>10</b>
1.1 RELAÇÃO DE CONSUMO.....	12
1.2 CONSUMIDOR .....	15
1.3 FORNECEDOR.....	17
<b>2 DIREITO DO CONSUMIDOR X RELAÇÃO DE CONSUMO</b> .....	<b>19</b>
2.1 PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR.....	19
2.2 TEORIA DO ABUSO DO DIREITO .....	24
2.3 PRÁTICA ABUSIVA NA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	25
<b>3 PRÁTICAS ABUSIVAS DO ART. 39 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR</b> .	<b>28</b>
3.1 MEDIDAS PARA DEFESA AO DIREITO DO CONSUMIDOR .....	35
<b>3.1.1 Medidas administrativas</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1.2 Medidas Judiciais</b> .....	<b>38</b>
<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>42</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>44</b>

## INTRODUÇÃO

A presente monografia intitulada “Efetividade dos meios de proteção ao consumidor diante das práticas abusivas do comércio segundo o Código de Defesa do Consumidor”, que tem como base o Direito Civil, possui como objetivo principal proceder a análise acerca das práticas abusivas presentes no artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor nas relações comerciais de consumo.

A análise de busca da pesquisa executada no desenvolvimento desses estudos fundou-se não só na espécie Teórico-Dogmática, como também buscou fontes em pesquisas de campo, analisando de forma concreta os problemas a serem sanados. Utilizou-se também, como fonte subsidiária, a internet.

No que se refere a setores de conhecimento, fora acolhido como fundamento da pesquisa, o método da transdisciplinariedade, utilizando-se do método hipotético dedutivo.

O presente estudo divide-se em três capítulos. O primeiro capítulo mostra a historicidade dos fundamentos e origens da relação de consumos, bem como aborda alguns importantes os conceitos de consumidor e fornecedor, relacionando as suas ideias e apresentando como a observância ao direito do consumidor passa a ser efetivamente considerado.

Já no segundo capítulo dedica-se a mostrar o direito do consumidor aplicado à relação de consumo. O capítulo apresenta sobre qual prisma constitucional a proteção ao consumidor é fundada, delimitando os princípios utilizados para criação da proteção ao consumidor . Trata ainda, da Teoria do Abuso do Direito e adentra a que concerne à Prática Abusiva na Relação de Consumo.

O terceiro capítulo examina algumas peculiaridades referentes as práticas abusivas na relação e consumo, prevista no artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor, apresenta todo o rol do referido artigo. Explica detalhadamente cada um dos incisos do artigo 39. Destacou-se também, os seus pressupostos e fundamentos, enumerando algumas condições e regras, e delimitou as medidas judiciais e administrativas a que estão sujeitos fornecedores e consumidores.

Logo, o presente trabalho desenvolvido, apresenta as formas de defesa do consumidor ante aos abusos praticados pelos fornecedores na relação de consumo, bem como delimita as praticas abusivas da relação de consumo esculpido no artigo 39.

## 1 BREVE APANHADO HISTÓRICO DA RELAÇÃO DE CONSUMO

A relação de consumo pode ser notada nos tempos mais remotos da nossa civilização, onde o homem a utilizava para as suas necessidades vitais. Como não havia moeda, praticava-se a troca pelos excessos de outra pessoa, ou seja, se alguém pescasse mais do que o necessário, esse possuidor do excesso trocava seu peixe por outro produto que alguém caçava ou plantava e também possuísse em excesso, essa troca comumente conhecida por escambo, servia pra atender as necessidades básicas de cada pessoa (SILVA, 2009,p.1).

Com a necessidade de evoluir o método da troca com o aumento populacional, surgem as conhecidas moedas-mercadorias, essas passaram a integrar a relação de consumo para regularizar a valoração da troca de mercadorias que possuíam um valor maior em detrimento de outras, sendo assim, alguns produtos eram mais valiosos por serem mais procurados.

Retira-se do *site* da Casa da Moeda um breve relato sobre algumas moedas-mercadorias utilizadas, sendo estas:

O gado, principalmente o bovino, foi dos mais utilizados; apresentava vantagens de locomoção própria, reprodução e prestação de serviços, embora ocorresse o risco de doenças e da morte.

O sal foi outra moeda-mercadoria; de difícil obtenção, principalmente no interior dos continentes, era muito utilizado na conservação de alimentos. Ambas deixaram marca de sua função como instrumento de troca em nosso vocabulário, pois, até hoje, empregamos palavras como pecúnia (dinheiro) e pecúlio (dinheiro acumulado) derivadas da palavra latina pecus (gado). A palavra capital (patrimônio) vem do latim capita (cabeça). Da mesma forma, a palavra salário (remuneração, normalmente em dinheiro, devida pelo empregador em face do serviço do empregado) tem como origem a utilização do sal, em Roma, para o pagamento de serviços prestados.

Silva (2009, p.1) explica que no Brasil circularam “o cauri, o pau-brasil, o açúcar, o cacau, o tabaco e o pano, trocado no Maranhão, no século XVII, devido à quase inexistência de numerário, sendo comercializados sob a forma de novelos, meadas e tecidos”.

Como as moedas-mercadorias impossibilitavam o acúmulo de riquezas por perecerem muito rápido, surgiu a necessidade da criação de uma moeda que possibilitasse o entesouramento, dando origem ao metal.

A princípio, o metal era trocado nas suas mais diversas formas, com o passar do tempo passou-se a usar o metal em forma de barras e objetos, como exemplo as joias. O metal era aferido pelo peso e grau de pureza, após a intensificação das transações utilizando-o, surgiu a necessidade de estabelecer um padrão, forma e peso determinado, sendo considerado certo valor para aquela pesagem (SILVA, 2009, p.2).

Para facilitação do transporte e também embelezamento do metal, foram criadas as moedas. Antes utilizados *in natura*, em suas mais diversas formas como braceletes, anéis, colares, entre outros, o metal adquiriu uma forma específica, sendo padronizado para fins comerciais.

Dessa forma Sousa (2008, p.1) explica que a necessidade de aprimoramento do transporte do metal foi realizado através da cunhagem padronizada de moedas, esse processo aumentou o grau de pureza das peças de metal e determinaram uma pesagem certa e específica para elas. As peças de metal eram ainda, no processo de cunhagem, marcadas pela sua origem, representado assim seu reino de origem e ou governante, ora registrados na peça de metal.

De acordo com o texto “A origem do dinheiro” constante no *site* da casa da moeda:

As primeiras moedas, tal como conhecemos hoje, peças representando valores, geralmente em metal, surgiram na Lídia (atual Turquia), no século VII A. C.. As características que se desejava ressaltar eram transportadas para as peças através da pancada de um objeto pesado (martelo), em primitivos cunhos. Foi o surgimento da cunhagem a martelo, onde os signos monetários eram valorizados também pela nobreza dos metais empregados, como o ouro e a prata.

Mesmo com a evolução das civilizações a moeda ainda assim apresenta características de expressão cultural e beleza, representando em suas formas histórias da cultura, de riquezas e poder.

As moedas eram geralmente fabricadas através de ouro e da prata, essas matérias primas causavam vivacidade, brilho, na moeda, além de representarem crenças religiosas, como exemplo os babilônicos que adoravam a lua e o sol.

Com o passar do tempo, criou-se a necessidade da substituição das moedas, ou ao menos outra demonstração de valor que substituísse a moeda, uma vez que as jazidas de ouro e prata estavam esvaindo devido a grande retirada desses metais para confecção de moedas. Criou-se então a letra de câmbio, primeiro papel-moeda criado, por ter mais durabilidade substituiu as moedas que passaram a ser utilizadas para pagamentos de pequeno valor (SOUSA, 2008, p. 2).

## 1.1 RELAÇÃO DE CONSUMO

O conseqüente adensamento populacional, gerando as evoluções sociais, cria conflitos entre seus membros, portanto, tornam-se necessárias a criação de regras para regulamentação das condutas dos participantes na relação de consumo.

Conforme assegura José Geraldo Brito Filomeno (1991, p.28):

Há quem denote (Leizer Lerner apud Jorge T. M. Rollemberg, 1987) já no antigo “Código de Hamurabi” certas regras que, ainda que indiretamente, visavam a proteger o consumidor. Assim, por exemplo, a “lei” 233 rezava que o arquiteto que viesse a construir uma casa cujas paredes de revelassem deficientes, teria a obrigação de reconstruí-las ou consolida-las às suas próprias expensas. Extremas, outrossim, as conseqüências de desabamentos com vítimas fatais: o empreiteiro da obra, além de ser obrigado a reparar os danos causados ao empregador, sofria punição (morte) caso houvesse o mencionado desabamento vitimado o chefe de família; caso morresse o filho do dono da obra, pena de morte para o respectivo parente do empreiteiro, e assim por diante. Da mesma forma o cirurgião que “operasse alguém com bisturi de bronze” e lhe causasse a morte por imperícia: indenização cabal e pena capital. Consoante a “lei” 235 o construtor de barcos estava obrigado a refazer-lo em caso de defeito estrutural, dentro do prazo de até um ano (noção já bem delineada do “vício rebitório”?). Na Índia, no século XII a.C., o sagrado Código de Massú previa multa e punição, alme de ressarcimento dos danos, àqueles que adulterassem gêneros – “lei” 697 – ou entregassem coisa de espécie

inferior àquela acertada, ou vendessem bens de igual natureza por preços diferentes – “lei” 698.

Destaca-se a preocupação há 2.300 a.C. com os lucros abusivos, ficando a cargo do palácio a supervisão e controle da aplicação das regras vigente no Código de Hamurabi.

Ainda na Mesopotâmia, no Egito antigo e na Índia do século XVIII a.C., era utilizado o código de Massú, onde eram previstas pena de multa e punição aos que adulterassem gêneros ou descumprissem contatos, punindo também aqueles que oferecessem produtos de mesma natureza com preços diferenciados. (FILOMENO, 1991, p.28).

No direito romano em seu período clássico o fornecedor somente responderia pelos vícios que conhecia sobre o produto, regra posteriormente modifica no período Justiniano, no período do Império Romano, onde o fornecedor respondia pelos vícios mesmo não os conhecendo, o ressarcimento era possível através das ações redibitórias e *quanti minoris* amparadas à Boa-Fé do consumidor. Em caso de o vendedor conhecer o vício era obrigado a devolver o que recebeu em dobro. (LIRA, 2009, p. 6).

Na Grécia antiga, Aristóteles advertia para que não existissem vícios naquilo que era comercializado, para ele a proteção ao consumidor viria realizar-se-ia através da fiscalização das relações de consumo. Por sua vez, Luiz XI, na França, aplicava pena de tortura com banho escaldante, àquele que vendesse manteiga com pedra, ou água no leite para aumentar o peso do produto.

No Direito Português conforme explica Almeida (1982, p. 40):

Os códigos penais de 1852 e o vigente de 1886 (...), reprimindo certas práticas comerciais desonestas, protegiam indiretamente interesses dos comerciantes: sob o título genérico de crimes contra a saúde pública, punem-se certos actos de venda de substâncias venenosas e abortivas (art. 248º) e fabrico e venda de gêneros alimentícios nocivos à saúde pública (art. 251º); consideram-se criminosas certas fraudes nas vendas (engano sobre a natureza e sobre a quantidade das coisas – art. 456); tipificava-se ainda como crime a prática do monopólio, consistente na recusa de venda de gêneros para uso público (art. 275º) e alteração dos preços que resultariam da natural e livre concorrência, designadamente através de coligações com outros indivíduos, disposições

revogadas por legislação da época corporativista, que regrediu em relação ao liberalismo consagrado no código penal.

Remontando a história das relações de consumo percebe-se que origem do consumidor é sociedades capitalista, que possuem dominação sobre o capitalismo, (Estados Unidos da América – principalmente -, Inglaterra, França e Alemanha) da comercialização e do consumo em massa. Pode-se dizer que os primeiros movimentos consumeristas de que se tem notícia ocorreram no final do séc. XIX.

As primeiras legislações que asseguravam os direitos dos consumidores surgiram nos Estados Unidos da América, quando ocorreu o pronunciamento de John Kennedy ao Congresso norte americano em 1962, observando a proteção ao consumidor desde os bens e serviços que deviam ser seguros para uso ao direito a preços justos.

Nos dizeres de Bisnotto (2012, p.5), o Brasil passou a se preocupar com as relações consumeristas por volta das décadas de 40 e 60, com a criação de leis variadas e esparsas com o escopo de proteção a essa relação, como exemplo, a Lei Delegada nº 4/62, Lei nº 1221/51, chamada lei da Economia Popular e, por fim, a Constituição de 1967, com emenda nº 1 de 1969, que atribuí real efetivação a defesa dos direitos do consumidor.

Com o advento da Constituição Federal de 1988 a proteção ao consumidor adquiriu relevância como garantia constitucional, e preocupação basilar na atividade econômica, partindo do entendimento que, a desigualdade entre consumidor e fornecedor causa vulnerabilidade ao primeiro que acaba refletindo no equilíbrio econômico do país, portanto, a proteção do consumidor torna-se princípio norteador da atividade econômica.

O despontar do Código de Defesa do Consumidor surge através do artigo 48 do ADCT (Atos das Disposições Constitucionais Transitórias) que determina a sua criação com a seguinte redação, “o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

Assim sendo, através da implantação da Constituição Federal de 1988, em 11 de setembro de 1990, foi publicada a Lei nº 8.078/90, comumente conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), a qual entrou em vigor em 11 de março de 1991, cento e oitenta dias após sua publicação, conforme estabelecido no artigo 118 do próprio código.

## 1.2 CONSUMIDOR

Com a evolução das relações consumeristas houve a necessidade da imposição de regras que as regulamentassem, segundo Viegas e Almeida (2011):

A proteção do consumidor é relevante uma vez que o homem no século XXI vive em função de um novo modelo de associativismo, qual seja: a sociedade de consumo (*mass consumption society* ou *Konsumgesellschaft*), caracterizada pelo domínio do crédito e do marketing, por um número crescente de produtos e serviços.

Percebe-se que o consumidor por vezes, adota uma característica de vulnerabilidade, já que no padrão consumerista o fornecedor assumiu uma posição de força, definindo e ditando as regras em relação ao consumidor, diversificando do seu padrão de igualdade. Tal prática eleva a acentuação do direito que não pôde ficar alheio a tal fenômeno.

Com a evolução tecnológica e da globalização da economia, baseado em um sistema onde adota-se a política capitalista, que tem como elemento empírico de suas atividades a captação do lucro, minimizando assim os interesses dos consumidores, se faz de extrema importância a proteção destes interesses.

Júnior Duarte (2010) explica que:

Na Constituição Federal de 1988, a defesa do consumidor foi introduzida como um direito e uma garantia fundamental (art. 5º, XXXII). Dessa forma, podemos entender, pois, que a Constituição Federal de 1988 elevou o consumidor ao status de direitos fundamentais (3º dimensão – enquanto direitos

transindividuais) assim como instituiu a obrigação pelo Estado na implementação de políticas públicas na defesa do direito desses sujeitos.

Eros Robert Grau (2008, p. 251) define o consumidor como “aquele que se encontra em uma posição de debilidade e subordinação estrutural em relação ao produtor do bem ou serviço de consumo”. É importante que para a conceituação jurídica do termo consumidor, deve-se considerar sua característica sobre o prisma econômico, para que não haja confusão na sua conceituação ao serem levadas em conta as acepções de caráter político.

A respeito da conceituação jurídica de consumidor Nunes Junior (2003) leciona que:

A tratar da delimitação jurídica da figura do consumidor, impossível a sua dissociação do aspecto econômico da mesma figura, ou seja, o conceito trazido está intimamente ligado à realidade econômica ocupada pelo consumidor. Impossível, aliás, conceber hipotético distanciamento, ainda que para o exclusivo fim conceitual, já que o termo em análise só faz sentido quando contextualmente colocado, parte estrutural que é de qualquer ordem econômica moderna.

A precisão da proteção ao consumidor se deu pela ideia de ser o homem capaz de, com sua própria razão e vontade, regular o mercado e decidir sobre o seu destino, já que os contratos dependiam da autonomia das partes, defendendo essa vontade ser igual. Portanto, essa igualdade possuía característica apenas formal e como consequência, àqueles que detinham os meios de produção e o poder econômico, os fornecedores, cabiam as vantagens exorbitantes. Já para o consumidor, sobravam apenas as desvantagens. Necessário fez-se a criação de legislação que apresentasse a proteção ao consumidor integral nas relações de consumo.

Ao tratarmos da vulnerabilidade do consumidor, em relação as práticas contratuais na relação de consumo, devemos contudo definir qual a conceituação do fornecedor e principalmente sua posição no mercado de consumo.

### 1.3 FORNECEDOR

Se de um lado existe a figura do consumidor, do outro existe o fornecedor, definido pelo artigo 3º da Lei 8078/90, comumente conhecido como Código de Defesa do Consumidor, com a seguinte redação:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

De acordo com Almeida (2003, p.42):

Praticamente, a definição legal esgotou todas as formas de atuação no mercado de consumo. Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também que vende, ou comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos-de-venda espalhados por todo o território. [...] O conceito legal de fornecedor engloba também as atividades de montagem, ou seja, a empresa que compra peças isoladamente produzidas para a montagem do produto final, as de criação, construção, transformação (matéria prima em produto acabado), bem como as de importação, exportação e distribuição.

O Código de Defesa do Consumidor publicado em 11 de setembro de 1990, vigorando em 11 de março do ano seguinte, após o lapso temporal de 180 de *vactio legis*, atribui para o fornecedor dois requisitos que o caracterizam sendo estes a onerosidade e a habitualidade.

No que tange a habitualidade, fornecedor seria aquele que possui exercício habitual no comércio, sendo essa pessoa física ou jurídica, sendo um gênero amplo,

que comporta diversificação de espécies. Alguns prestadores de serviços, podem possuir uma nomenclatura diversa da de consumidor, desde que haja lei que a defina.

Ao se tratar da onerosidade pode-se afirmar que todo fornecedor possui essa característica, uma vez que, ainda que algumas pessoas atuem com habitualidade, não tendo ônus algum não serão fornecedores, não podendo ser considerado fornecedor aquele que atua de forma gratuita, contudo, existem alguns fornecedores que oferecem um serviço aparentemente gratuito e acabam se beneficiando dele. (PORTAL, 2013, p.2)

A relação de consumo verifica-se caracterizada então a partir da existência de um consumidor de um lado e do fornecedor do outro.

## **2 DIREITO DO CONSUMIDOR X RELAÇÃO DE CONSUMO**

### **2.1 PRINCÍPIOS CONSTITUCIONAIS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR**

Ao tratar de princípios, uma análise da hermenêutica jurídica do direito positivado é imprescindível. Todo discurso normativo deve apresentar sobre os quais as regras por este criadas se vinculam, determinando assim, a sua abrangência e quais são seus princípios basilares.

Corroborando neste sentido Pinto (2004, p. 2) afirma que:

Será na Constituição de determinado país que se encontrarão os mais altos valores do Direito Positivo, posto serem preservados pelos cidadãos orientados por uma carga principiológica que reside na base deste sistema. É da Constituição que se irradiam os princípios que irão se dispersar pelas mais variadas leis infraconstitucionais.

Dessa forma é digno afirmar que todos os princípios adotados pelas normas infraconstitucionais são oriundos da interpretação e aplicabilidade da Constituição, através das garantias fundamentais esculpidas em sua redação, consolidando o grau constitucional, como o grau interpretativo e normativo mais alto a ser primeiramente analisado.

Os princípios constitucionais direcionados à proteção do consumidor estão presentes no ordenamento que regulamenta e protege a relação jurídica existente no ato consumerista.

Para estabelecer uma relação de consumo digna e equilibrada, entre consumidor e fornecedor, as regras de conduta e organização foram determinadas pelo advento do

microsistema integrado pelo Código de Defesa do Consumidor, pela Lei de Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85), pela Lei Anticartel (Lei nº 8.884/94) dentre outras legislações esparsas presentes em todo ordenamento jurídico, todas norteadas pelos princípios constitucionais pertinentes ao ordenamento que as integram.

Prepondera Nunes (2009, p. 127) que antes de analisar os princípios que regem a proteção ao consumidor, é importante considerar que:

(...) 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.

Os princípios gerais relativos a seara consumerista são apresentados no artigo 4º do CDC, que aduz, *in verbis*:

Art. 4.º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito a sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade;

III- harmonização dos interesses dos particulares dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII- estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Define Cerqueira Soares (2015, p.3, CANUT, *apud* Cerqueira, 2008, P. 99), que vários são os princípios que norteiam o direito do consumidor, sendo os mais comuns os princípios da boa-fé objetiva, da igualdade da liberdade, da informação, da transparência e da vulnerabilidade.

Contudo, obtemperam Arruda Alvim, Thereza Alvim, Eduardo Arruda Alvim e Jaime Marins (1995, p. 44), que são seis os princípios fundamentais decorrentes do CDC, que orientam a Política Nacional das Relações de Consumo, classificando-os como: Princípio da Vulnerabilidade, Princípio do Dever Governamental, Princípio da Garantia de Adequação, Princípio da Boa-fé nas relações de consumo, Princípio da Informação e Princípio do Acesso à Justiça.

O Princípio da Vulnerabilidade, art. 4º, I do CDC, na visão de diversos autores é tido como o princípio que irradia todos os outros princípios consubstanciados no Código de Defesa do Consumidor. Com uma visão mais rigorosa Noronha (1999, p. 15 - 16) afirma que este princípio deve ser considerado o único princípio cardeal do direito do consumidor, sendo o único princípio, para ele, informador deste ramo do direito.

Deve-se entender que o Princípio da Vulnerabilidade está intrinsecamente ligado ao desequilíbrio existente entre fornecedor e consumidor, estando este último submetido ao primeiro, sob seu poder de controle, criando-se então, a necessidade de políticas jurídicas que diminuam essa disparidade consumerista e proteja o consumidor.

É importante ressaltar que o Princípio da Vulnerabilidade não se confunde com hipossuficiência do consumidor. Como brilhantemente explicam Vasconcelos e Benjamin (199, p.224–225):

A vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educadores ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é

marca pessoal, limitada a alguns - até mesmo a uma coletividade - mas nunca a todos os consumidores.

Destarte Nunes (2009, p.129) explica que o Princípio da Vulnerabilidade traz inato o reconhecimento da isonomia constitucional, determinando que a parte fraca da relação é o consumidor, que pode apresentar certa vulnerabilidade técnica e ou econômica.

O Princípio do Dever Governamental, art. 4º II, VI e VII, permite a intervenção do Estado, explica Nunes (2009, p.130) que tal princípio permite que o Estado intervenha diretamente para a proteção do consumidor, para garantir acesso a produtos e serviços como para garantir a qualidade e adequação destes.

O Princípio da Garantia da Adequação, art. 4º, II, “D” e V, preocupa-se em garantir o incentivo à criação de mecanismos que possam ser utilizados para controle do binômio qualidade/segurança de produtos e serviços, utilizando tais mecanismo para a prevenção de danos, observando neste prisma a responsabilidade objetiva adotada pelo CDC, aliada à inversão do ônus da prova. Nesse contexto entende Silvana Wierzchón (2008, p. 11) que “o produtor deve garantir que as mercadorias, além de uma performance adequada aos fins a que se destinam, tenham duração e confiabilidade.”

O Princípio da Garantia de Adequação ainda tem amparo legal no art. 8º, parágrafo único e art. 10º § 1º, § 2º e § 3º do Código de Defesa do Consumidor.

O Princípio da Boa-fé nas relações de consumo, art. 4º III e VI, impõe harmonia e transparência da relação de consumo, buscada pelos dois sujeitos da relação, consumidor e fornecedor. A boa-fé inata à relação nos dizeres de Rodrigues (2002, p. 60) "um conceito ético, moldado nas ideias de proceder com correção, com dignidade, pautando sua atitude pelos princípios da honestidade, da boa intenção e no propósito de a ninguém prejudicar."

Tal princípio compatibiliza a proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico, utilizando para como meio a boa-fé como regra de

conduta na relação de consumo. Pode-se ainda dizer que o princípio da Boa-fé é decorrente da dos princípios da solidariedade e isonomia firmados na Constituição Federal/88.

O Princípio da Informação, art. 4º, IV e VIII, como o próprio nome sugere, determina que o consumidor seja informado sobre todos os aspectos do produto que adquire, e também sobre os atos de aquisição, esse princípio protege o consumidor de uma possível lesão devido ao desconhecimento de algo pertinente a relação de consumo em que está envolvido e ao produto desta.

Dessa forma Soares (2011) explica que a informação é um direito na seara consumerista já presente na antiguidade pelo advento da Lei das XII Tábuas onde, exigia-se do vendedor obrigação de transparência, determinando que este definisse as qualidades essenciais de seu produto, sem qualquer publicidade enganosa.

Desta forma é correto dizer que o Princípio da Informação objetiva educar o fornecedor e consumidor quanto a seus direitos e deveres enquanto sujeitos ativos na relação de consumo.

O Princípio do Acesso a Justiça, não está expresso no art. 4º do CDC, mas sim no art. 6º VII e VIII. Este é considerado um dos princípios inerentes ao direito do consumidor, uma vez que, os mecanismos de acesso à justiça foi uma preocupação do diploma consumerista, facilitando o acesso dos cidadãos à justiça para defesa dos seus direitos.

O escopo desse princípio é apresentado pelo maior grau normativo, o grau constitucional, sendo o Princípio do Acesso à Justiça apresentado no art. 5º, XXXV da CF/88, que aduz, *in verbis*, “A lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito”, seguindo essa interpretação Nelson Nery Jr. (2002, p. 98) diz que “Embora o destinatário principal desta norma seja o legislador, o comando constitucional atinge a todos indistintamente, vale dizer, não pode o legislador e ninguém mais impedir que o jurisdicionado vá a juízo deduzir pretensão”.

Ante a todo exposto, percebe-se que a importância dos princípios constitucionais está presente em todo ordenamento jurídico, delimitando suas regras, abrangência de suas ações e quais são os sujeitos de cada relação jurídica, com o objetivo de fazer

com que a lei aplicada sob a luz desses princípios, formalize decisões legítimas sobre o prisma da justiça, sempre vislumbrando a dignidade da pessoa humana.

## 2.2 TEORIA DO ABUSO DO DIREITO

Com o avanço e desenvolvimento social, o ordenamento jurídico sofre mudanças constantes para regularização das relações sociais. A Teoria do Abuso do Direito tem o escopo de impedir que os direitos subjetivos sejam exercidos de maneira abusiva contrária ao seu fim econômico e social, os bons costumes e a boa fé.

A teoria em questão e sua origem vincula-se a teoria dos atos emulativos. O ato emulativo conhecido como *amuelatio*, constante no direito romano, consistia no comportamento daquele que no exercício de um direito ou faculdade, exagerada, causando prejuízo a outrem.

Para entender o Abuso do Direito é importante analisar duas principais teorias citadas por Martins (2002, p.123), sendo estas, a Teoria Subjetiva e a Teoria Objetiva. A primeira teoria exige o elemento culpa para caracterizar o abuso de direito, mesmo que não cause prejuízo a outrem. No que tange a teoria objetiva, prescinde o elemento culpa para caracterizar o abuso do direito, efetivando-se quando no exercício do direito ultrapassar a sua finalidade social, ou os bons costumes, sendo o direito exercido fora da normalidade. Portanto, é correto afirmar que para a Teoria do Abuso de Direito, ocorre abuso mesmo quando não presente o objetivo emulativo.

O Código Civil (Lei 10.406/02) determina no seu artigo 187 que “também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes”. Essa é a melhor doutrina que define a natureza jurídica do abuso do direito, trata-se de um ilícito funcional, ou seja, a desobediência a um dever jurídico preexistente imposto em acordo a sua função social ou pela boa-fé objetiva entre as pessoas envolvidas. (MELLO, 2011, p. 3)

Neste mesmo sentido, Silvio Rodrigues (1994, p. 311) ensina que:

(...) a teoria (do abuso do direito) atingiu seu pleno desenvolvimento com a concepção de Josserand, segundo a qual há abuso de direito quando ele não é exercido de acordo com a finalidade social para a qual foi conferido, pois como diz este jurista, os direitos são conferidos ao homem para serem usados de uma forma que se acomode ao interesse coletivo, obedecendo à sua finalidade, segundo o espírito da instituição.

Dessa forma, é notório que a atual perspectiva objetiva do abuso do direito incorpora a consolidação de uma mentalidade jurídica com o escopo de promover a funcionalidade dos institutos jurídicos e exigir dos membros da sociedade um comportamento que esteja pautado nos ideais da solidariedade, justiça, lealdade e confiança.

### 2.3 PRÁTICA ABUSIVA NA RELAÇÃO DE CONSUMO

O direito do consumidor previsto em toda legislação específica e esparsa utilizada para segurança desse direito visa, garantir que aquelas pessoas, sejam essas físicas ou jurídicas, enquanto envolvidas na relação de consumo não sofram abuso.

As práticas comerciais abusivas são caracterizadas quando os fornecedores tentando aumentar sua lucratividade, ultrapassam os limites das condutas lícitas que o seu direito protege. O abuso nas práticas comerciais é constante, já que por inúmeros motivos o consumidor é induzido ao erro pelo fornecedor, que utiliza os mais diversos subterfúgios como, competitividade de mercado, culpa da economia, dentre outros pretextos que maquam o abuso cometido.

Nesse sentido, as práticas abusivas praticadas na relação de consumo, nos dizeres de Antônio Carlos Efig (2004, p.197) "são comportamentos, tanto na esfera contratual quanto à margem dela, que abusam da boa-fé ou situação de inferioridade econômica ou técnica do consumidor". Esse tipo de comportamento leva o consumidor ao estado de vulnerabilidade.

Sobre a hermenêutica da proteção legislativa advinda da principiologia constitucional e da proteção específica do Código de Defesa do Consumidor deve-se pontuar que, as práticas comerciais são entendidas direta e indiretamente desde a produção ao ato final do produto, a exposição no mercado de consumo.

É destacado como uma proteção genérica do consumidor contra as práticas comerciais abusivas a redação do art.6º, IV, do Código de Defesa do Consumidor, que determina, *in verbis*, “a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviço”.

Percebe-se que a proteção ao consumidor atinge todas as esferas de produção e ou fornecimento de serviços. Dessa Antônio Bejamim (1991, p.218) explica que as práticas comerciais são “os procedimentos, mecanismos, métodos e técnicas utilizados pelos fornecedores para, mesmo indiretamente, fomentar, manter, desenvolver e garantir a circulação de seus produtos e serviços até o destinatário final”.

No que tange ao consumidor, como outrora conceituado, a disposição incerta no Código de Defesa do Consumidor, no art.29, estabelece que “são equiparados aos consumidores todas as pessoas, ainda que indetermináveis, expostas às práticas nele previstas”, para fins de proteção contra as práticas abusivas, a que se destina o conteúdo do Capítulo V, disciplinando ao mesmo tempo as cobranças de dívidas.

Explica Ferraz (2011, p. 5) que essa equiparação tratada pelo ordenamento jurídico acompanha a evolução social pós-industrial, alcançando a proteção ao consumidor de forma geral e ampliando essa proteção consumerista ao âmbito de toda comunidade, o que significa que abrange todas as pessoas participantes do mercado de consumo de forma difusa.

Ferraz (2011, p 5) sustenta seu entendimento explicando que:

Quando o texto menciona a equiparação de “todas as pessoas *determináveis ou não*”, abrem-se as perspectivas (a) difusa; referente à comunidade de pessoas indetermináveis; e a (b) coletiva *stricto sensu*, em que um grupo ao menos determinável de pessoas encontra-se direta ou indiretamente lesado ou ameaçado pelas práticas comerciais.

Dessa forma, o entendimento de consumidor, ultrapassa o entendimento estritamente contratual, sendo relacionado ao momento pré-contratual, já que este é amparado pelo direito de forma difusa, o que define que essa proteção não é individual coletivizada mas sim, é a proteção a sociedade enquanto tal.

### 3 PRÁTICAS ABUSIVAS DO ART. 39 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código do consumidor trata no art. 39, a vedação aos fornecedores de produtos ou de serviços á aqueles atos que são abusivos aos direitos do consumidor na relação consumerista através da seguinte redação:

Art 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

X - (Vetado).

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Incluído pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério.(Incluído pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Incluído pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Nota-se que os doze incisos presentes na redação do art. 39, tratam de um rol meramente exemplificativo, ele determina as hipóteses que são vedadas ao fornecedor de produtos ou de serviços utilizar-se, incorrendo o ato em abuso do direito. Trata-se de rol meramente exemplificativo e não taxativo, já que não se limita apenas as situações nele descritas, que possuem caráter abstrato, podendo ocorrer em demais situações diárias no ato da relação de consumo.

É certo analisar cada hipótese esculpida no artigo art.39 do CDC e respectivos incisos. São então as práticas abusivas expressas e seu conjecturado entendimento doutrinário:

Venda casada: “I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos”.

Com a presente redação do art. 39, I, o Código de Defesa do Consumidor proibiu ao fornecedor seja de produto ou serviço, a tão famigerada venda casada. Esta pratica consiste em limitar as opções do consumidor quanto à sua escolha, não podendo impor ao consumidor aquisição de produtos agregados ao que se intenta consumir, mesmo sendo do mesmo fornecedor.

Nesse sentido Ferraz (2015, p. 5) explica que há dois tipos de venda casada: a venda casada *stricto sensu*, que esta atende a interpretação do inciso, consistindo no impedimento do consumidor de consumir o produto desejado impondo a este aquisição de outro produto alheio a sua vontade em conjunto com o desejado; e a venda casada

*lato senso*, que neste caso diferencia-se da primeira, pelo fato de que o consumidor será livre para adquirir o produto desejado se adquirir outro, contudo, se desejar adquirir outro produto deverá este ser do mesmo fornecedor, ou de quem este indicar. Ambas são consideradas práticas abusivas, pois limita o poder de escolha do consumidor.

Dessa forma, Azevedo (et. al., 2015, p.1) cita a decisão do Tribunal Superior através do Resp 384.284:

Na segunda hipótese quanto ao limite os Serviços de telefonia que obriga o usuário a adquirir franquia de pulsos (a consumir), independentemente do uso efetivo, condicionando assim, o fornecimento do serviço, sem justa causa, a limites quantitativos, infringe o artigo 39, inciso I do CDC.

O autor Ferraz (2011, p.5) pondera ainda que a imposição da venda casada além de gerar reparação e indenização aos danos causados pela mesma da área cível, esta também poderá gerar penalidade criminal prevista pelo art. 5º, II, da Lei de 8.137/90, que aduz que, “subordinar a venda de bem ou a utilização de serviço à aquisição de outro bem, ou ao uso de determinado serviço, pena - detenção, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa”, caracterizando crime contra a ordem econômica.

Obrigação de o fornecedor contratar: “II - Recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes; IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;”

Nos dizeres de Azevedo (et. al. 2015, p.1) a obrigação imputada ao fornecedor de contratar “ocorre quando o consumidor se depara com a recusa, injustificada, do fornecedor em atendê-lo, tendo ele disponibilidade do produto solicitado em estoque ou condições de prestar o serviço”.

O direito, no que tange a sua característica transformadora e reformadora, deve ser ressaltado ao interpretarmos o final do inciso II no sentido de que os usos e costumes possibilitam a restrição na medida em que estejam de acordo com os princípios de proteção da coletividade de consumidores. O inciso IX define que o

fornecedor se obriga a contratar quando o consumidor se propõe a efetuar o “pronto pagamento”, através de qualquer forma que seja admitida pelo fornecedor, como cartão de crédito, cartão de débito em conta corrente, cheque, p.ex., além do pagamento em papel moeda de curso forçado. ( FERRAZ, 2011, p.7)

Solicitação prévia do consumidor: “III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço”.

O fornecimento de bens ou serviço ao consumidor por meio de envio ou entrega sem que esse o tenha solicitado, é de certa forma, lícito, desde que, o fornecimento deste serviço não solicitado equipare-se a amostra grátis, conforme previsão legal do parágrafo único do artigo 39 do CDC, uma vez que é vedado ao fornecedor exigir do consumidor a manifesta recusa. O consumidor não é obrigado a consumir o que não foi requisitado por ele. Azevedo (et. al., 2015, p.2) explica que o fornecedor não poderá exigir do consumidor manifesta recusa, uma vez defeso a este pelo novo Código Civil, que não aceita o silêncio como manifestação de vontade.

Explorar fraqueza ou ignorância do consumidor :“IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços”.

O inciso supracitado afirma o respeito ao princípio constitucional, e reafirma que reconhece taxativamente a vulnerabilidade do consumidor na relação consumerista, segundo Efig (2004, p. 198), “Este inciso não só reconhece a vulnerabilidade do consumidor como sua hipossuficiência. Assim o CDC confere expresso tratamento diferenciado aos hipossuficientes”.

Ferraz (2011, p. 7) cita como prática insidiosa definida por esse inciso da lei consumerista às vendas por impulso, nas quais o vendedor manipula psicologicamente para que este seja levado pela emoção momentânea, como exemplos ele cita a venda porta-a-porta, por telefone, dentre outras. Ele salienta ainda que o presente princípio trata-se da proteção ao consumidor ser levado ao erro, seja por sua condição de fraqueza ou ignorância no momento do consumo.

Vantagem manifestamente excessiva: “V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva”.

Entende-se por vantagem manifestamente excessiva a cobrança indevida por serviços não prestados, gerando enriquecimento ilícito ao fornecedor.

Nos dizeres de Efing (2004, p. 199) ele explica:

que continua disposto pelos seguintes dispositivos: art. 4º, inc. I (princípio da vulnerabilidade); art. 4º, inc. III (princípio da boa-fé); art. 6º, inc. II (liberdade de escolha e igualdade [mais material] nas contratações). Sendo constatada lesão destes princípios, o desrespeito dos mesmos pelo fornecedor, estaríamos diante de uma vantagem manifestamente excessiva em favor do fornecedor.

São direito basilares do consumidor a proteção contra esses atos abusivos no fornecimento de serviços e a efetiva prevenção/reparação de danos causados ao patrimônio do consumidor. O artigo 42, parágrafo único do CDC, aduz, *in verbis*, que o “consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição de indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso”.

Orçamento prévio e autorização expressa: “VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes.”

O Código de Defesa do Consumidor, na redação do seu artigo 40 disciplina que o fornecedor deverá entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando os valores do serviço prestado, da mão-de-obra, formas de pagamento, bem como data de início e de conclusão do serviço. Para Nunes (2004, p. 530-531):

A insegurança do legislador elaborador do texto da Lei n.8.078 era tamanha com a incerteza de sua eficácia que, para se garantir, fez acompanhar do substantivo “orçamento” o adjetivo ‘prévio’. A rigor, o termo ‘orçamento prévio’ é redundante. Ora, orçamento só pode ser prévio. É que a prática abusiva do ‘orçamento posterior’ ou ‘orçamento surpresa’ era tamanha que o legislador preferiu pecar pelo excesso. A norma é dirigida ao prestador de serviço em geral, sempre que pela natureza do serviço prestado, seja necessário a confecção de um orçamento.

Os valores que excederem o orçamento prévio são de responsabilidade do fornecedor, sendo este responsável pelo adimplemento desses custos extras do termo de orçamento.

Lista negra: “VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos; ”

Este inciso protege os consumidores de qualquer ação que venham se valer os fornecedores, com o intuito de prejudicar ou impedir que o consumidor exerça seus direitos.

Azevedo (2015, p.7) expõe o brilhante entendimento que:

O inciso supracitado vem sendo aplicado em coro pelos Tribunais Superiores, no sentido que a informação a respeito de débito e/ou de *quantum debeatur*, no objeto de pendência litigiosa, prestada pelo credor às entidades de proteção ao crédito, implica em publicidade depreciativa do devedor. No Acórdão da Apelação nº 9228725-18.2007.8.26.0000 – o Relator WILLIAM MARINHO faz menção de forma consente à decisão monocrática que ilustrou: (...) Deveras, a partir do instante em que a informação depreciativa passou a ser falsa (inadimplemento da obrigação), deveria a ré, porquanto alimentante do arquivo de consumo, incontinenti, postular a alteração do dado do consumidor, com exclusão da nota depreciativa. Nesta vereda, impende fazer alusão ao disposto no artigo 73 do CDC, que, indiretamente (mediante interpretação teológica e sistemática), impõe ao fornecedor, e também ao próprio arquivo de consumo (mercê da responsabilidade solidária erigida pelo CDC), a responsabilidade pela correção das informações do consumidor inseridas nos cadastros dos arquivos de consumo. Aí, pois, na manutenção do nome do autor junto ao cadastro do SCPC, mesmo após o pagamento da dívida (parcelas atrasadas), reside o ato ilícito perpetrado pela ré, porquanto ato manifestamente contrário às normas e princípios do microsistema jurídico do direito do consumidor (...).

Descumprimento de regulamentação: “VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro).”

O consumidor precisa ser protegido em relação aos requisitos de segurança que possibilita o produto de estar à venda no mercado, estando os fornecedores vinculados ao atendimento das normas sobre os produtos que produzem sendo essa norma direcionada a eles ou não.

A lei 8.137/90 que define os crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências, aduz no escopo do seu artigo 7º que é crime a exposição ou venda de mercadoria cuja embalagem, tipo, especificação, peso, composição, estejam fora dos padrões exigidos por determinações legais ou não correspondam à classificação oficial, em acordo as normas esparsas sobre o conteúdo, impondo a pena - detenção, de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, ou multa, para aquele que incorrer nessa irregularidade.

Aumento arbitrário de preços: “X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido”.

A Constituição Federal de 1988, com sua constante preocupação ao cumprimento da sua base principiológica garantidora da igualdade material, trata no artigo 173, §4º, *in verbis*, que “a lei reprimirá o abuso do poder econômico que vise à dominação dos mercados, à eliminação da concorrência e ao aumento arbitrário dos lucros”.

Para a estruturação do sistema brasileiro de defesa a concorrência ainda que o fornecedor tenha uma liberdade para fixar o preço do produto ou serviço oferecido ao consumidor, este deverá estar resguardado por justificativas aceitáveis para o referido aumento, seja por aumento de custos ou por alteração consubstanciada do produto com maior valor agregado. A determinação nesse inciso evita a prática de cartéis e conseqüentemente a cobrança de vantagens excessivas cobradas pelo fornecedor.

Obrigatoriedade de prazo para adimplemento: “XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério”.

A cláusula na relação de consumo que trazer em sua redação qualquer determinação expressa em desacordo com o inciso supra será considerada nula de pleno direito, uma vez que o consumidor não se submeterá expressa ou tacitamente à livre vontade do fornecedor o adimplemento de sua obrigação.

O tema adquire relevância quando é perceptível que as práticas determinadas como abusivas pelo Código de Defesa do Consumidor são praticadas diariamente, tornando-se práticas comuns e inerentes as relações de consumo.

### 3.1 MEDIDAS PARA DEFESA AO DIREITO DO CONSUMIDOR

#### 3.1.1 Medidas administrativas

Na oportunidade em que ocorre ato contrário à norma contida em lei, ocorrerá também ao infrator a devida penalização prevista. No que tange as infrações previstas pelo Código de Defesa do Consumidor, o fornecedor que incorrer em qualquer das práticas defesas pelo código, e demais normas esparsas relacionadas à proteção dos direitos do consumidor, está sujeito às sanções administrativas previstas pelo artigo 56 do CDC, que aduz, *in verbis*:

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;

IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V - proibição de fabricação do produto;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Segundo Cuano (2001, p.1), a disposição legal que regulamenta o efetivo exercício poder de polícia do Estado já enumera, as normas de conduta, as infrações e as sanções administrativas, permitindo que o órgão fiscalizador correspondente esteja apto a atuar concretamente, com todo poder coercitivo a ele determinado. O Código de Defesa do Consumidor amplia esse consideravelmente o rol de sanções administrativas, aplicando-se desde multa a sanções mais severas, como cassação, intervenção e interdição da prestação de serviços e ou bens.

As sanções supramencionadas sem prejuízo das demais sanções de natureza civil, penal e das demais previstas em normas específicas, podem ser aplicadas cumulativamente, ou seja, poderão ser impostas pelo órgão fiscalizador ao qual a lei atribuiu competência, a imposição de duas ou mais sanções com o objetivo de punir o mesmo fato.

Nesse sentido Cuano (2001, p. 2) explica que o Código define três modalidades de sanção: I) sanções pecuniárias (previstas no inciso I, representadas pelas multas em razão do inadimplemento de obrigação do consumo); II) sanções objetivas (envolvem bens ou serviços colocados no mercado de consumo compreendendo os incisos II ao VI); III) sanções subjetivas (compreende as sanções previstas entre os incisos VII e XII).

A multa, sendo de característica pecuniária, consiste no pagamento de determinável quantia, com natureza não tributária, mas com fulcro penalizador. Segundo Cuano (2001, p.3):

Graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo nos termos da lei" (CDC, art. 57 c.c. o art. 56, I). Será em

montante nunca inferior a trezentas e não superior a três milhões de vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha substituí-lo (CDC, art. 57, parágrafo único). Sendo a infração ou dano de âmbito nacional, reverterá a multa para o Fundo de Reconstituição de Bens Lesados de que trata o artigo 14 da Lei n. 7.347/85, que disciplina a ação civil pública (o Conselho Federal de Reconstituição de Bens Lesados, criado pelo Decreto n. 7.347/85, foi extinto pela Medida Provisória n. 150, de 15-03-1990, ar. 27, § 1º, b, n. 3, não sendo criado, até dezembro de 1990, nenhum órgão para administrar o fundo federal respectivo). Se de âmbito estadual ou municipal a lesão ou infração, a reversão será a favor dos fundos estaduais de proteção ao consumidor – CDC, art. 57 (em São Paulo foi criado o Fundo Estadual de Reparação de Interesses Difusos Lesados, regulamentados pelo Decreto n. 27.070, de 08-06/1987);

A apreensão do produto e inutilização do produto, penas compreendidas nas sanções administrativas objetivas, acarretam prejuízo ao fornecedor, embora não sejam de natureza pecuniária, reduz seu patrimônio consideravelmente, impedindo seu enriquecimento através do produto, seja através da busca ou inutilização do produto. A inutilização do produto, com sua retirada imediata do mercado por ser irregular ou impróprio para consumo, por apresentar vícios, totalmente em desacordo com as especificações e ou fórmulas apresentadas, protegem os consumidores, já que, indisponibiliza a venda desse produto vicioso no mercado, tais produtos podem acarretar problemas graves de saúde aos consumidores.

Neste mesmo sentido a cassação do registro do produto junto ao órgão competente sofre os mesmos efeitos, Cuano (2001, p.3) explica que:

No caso de produto que necessita de registro junto a órgão administrativo para ser fabricado, distribuído e comercializado, verificando-se irregularidade, como adulteração da fórmula e fraude, a Administração poderá cassar o respectivo registro, mediante o que o produto não poderá ser produzido, distribuído nem comercializado. Sua configuração deve estar respaldada pela força probatória do ato infrator, para que o fornecedor não seja apenado, com extremo rigor, cujos reflexos estarão presentes no impedimento do exercício da atividade econômica;

As sanções administrativas de proibição de fabricação do produto, de suspensão de fornecimento de produtos ou serviço, de suspensão temporária de atividade, de revogação de concessão ou permissão de uso, de cassação de licença do estabelecimento ou de atividade, de interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade e de intervenção administrativa limitam as atividades de funcionamento do fornecedor de serviços obra ou atividade que esteja causando lesão aos direitos dos consumidores. (MAFRA, 2012, p.1)

A última sanção administrativa na modalidade subjetiva, consiste na imposição de contrapropaganda, o que segundo visão de Mafra (2012, p.2) determina a cartada final utilizada em proteção dos consumidores e de penalização dos respectivos fornecedores de bens ou serviços, trata-se da proibição da propaganda abusiva ou enganosa a que o consumidor é submetido.

Mafra (2012, p.3) salienta que as penas direcionadas à apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela autoridade competente administrativa, como determina o parágrafo único do artigo 56, mediante procedimento administrativo, assegurada, obviamente, a ampla defesa, quando constantes vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Assim sendo, cada autoridade administrativa legalmente definida, no seu âmbito de atuação próprio, é competente para aplicar as sanções administrativas respectivas as faltas cometidas.

### **3.1.2 Medidas Judiciais**

Enquanto as medidas administrativas determinam as sanções que serão utilizadas em desfavor do fornecedor pelo Estado, para a proteção ao consumidor, as medidas judiciais consistem na ação que os consumidores utilizam para a efetiva reparação do dano sofrido em uma relação de consumo, mesmo que não tenha lhe

causado prejuízo financeiro, podendo caracterizar-se por um dano a sua moralidade, ou sossego. Trata-se do momento em que o consumidor por si ou por suas entidades precisa recorrer à Justiça.

Ao recorrer a justiça é necessário entender se o direito lesado trata-se de um direito individual ou coletivo, Reis (2003, p.2) explica que para que seja possível entender o tipo de processo ou rumo que a sua reclamação vai tomar perante os tribunais, é importante que, se saiba se se trata de uma lesão individual ou de uma lesão coletiva, podendo haver certos tipos de situações que caracterizam uma e outra.

Como outrora explanado neste presente trabalho monográfico, o consumidor será considerado de duas maneiras fundamentais, individualmente e coletivamente, ou seja, analisando o direito sobre o prisma dos chamados interesses difusos, interesses coletivos e interesses individuais homogêneos de origem comum, mas sempre enquanto coletividade de consumidores de algum produto ou serviço.(REIS, 2003, p.3)

O consumidor ao ser lesado por qualquer ato abusivo na prática da relação de consumo pode recorrer aos órgãos que se dedicam a proteção do consumidor (Procons, Cedecons, Sedecons, etc.), Promotorias Especializadas de Proteção e Defesa do Consumidor, Juizados de Pequenas Causas ou Juizados Informais de Conciliação as futuras Defensorias Públicas, Delegacias de Política em pequenos Municípios, Entidades Privadas.

Os conhecidos órgão de defesa mais comumente conhecidos como Procons, dentre outros nomes tem sua criação definida por lei municipal, que autoriza convênios com a Secretaria competente, determinando o meio de funcionamento e atendimento desse órgão, sobretudo, visando a defesa ao consumidor.

Nesse sentido Reis (2013, p.5) esclarece que:

Abstraindo-se a possibilidade de fiscalização de estabelecimentos comerciais em matéria de comercialização e outros aspectos de comercialização e outros aspectos relativos à polícia administrativa (vide o Decreto n.º 2.181/97), ou então as atribuições outrora fixadas pela Lei Delegada n.º 4, de 1962, notadamente no que dispõe seu artigo 10, diríamos que os Procons, *na defesa dos interesses individuais do consumidor* são a grande caixa de ressonância desses interesses, cumprindo-lhes a *triagem das reclamações efetivadas*,

sobretudo no *encaminhamento* aos órgãos competentes, quando o caso, ou então *orientação* do consumidor e sobretudo têm papel relevante na tentativa de *solução conciliatória* dos conflitos individuais surgidos das relações de consumo.

Assim as queixas pessoais, são colhidas através da presença dos consumidores lesados, ou por seus pedidos escritos, onde é normalmente preenchido um formulário ou ficha de atendimento, com os dados dos interessados (reclamante e reclamado), o teor da reclamação e seu andamento, finalizando com a resolução ou parecer técnico. Essa triagem no momento inicial do atendimento ao cliente facilita o trabalho desses órgãos, recebendo cada caso o devido encaminhamento para que seja possível a reparação do dano.

Assim sendo entende-se que o consumidor possui legitimidade ativa direta para demandar ações em juízo individuais com o objetivo de obter o ressarcimento de danos decorrentes de produtos ou serviços. Partindo do mesmo entendimento o Código de Defesa do consumidor confere indiretamente a legitimidade ativa para defesa coletiva ao o Ministério Público, a União, aos Estados, Municípios e Distrito Federal, assim como a certas entidades e órgãos da Administração Pública direta ou indireta, associações civis, sindicatos e comunidades indígenas.

Mazzili (1998, p. 69) explica que essa legitimidade trata-se de legitimidade concorrente, uma vez que o consumidor que demandar individualmente, em nome próprio se beneficia com decisão coletiva que lhe for favorável, “exigindo-se, para as ações coletivas, a pré-constituição há mais de um ano da associação legitimada (artigo 82, IV, do CDC)”.

A competência jurisdicional das ações dessa natureza estão expostas no artigo 93 do CDC, segundo regra geral:

(...) ressalvada a competência da Justiça Federal, é competente para a causa a justiça local: I – no foro do lugar onde ocorreu ou deva ocorrer o dano, quando de âmbito local; II – no foro da Capital do Estado ou do Distrito Federal, para os danos de âmbito nacional ou regional, aplicando-se as regras do Código de Processo Civil aos casos de competência concorrente.

De tal maneira, é também competente para a execução, nos termos do parágrafo 2.º do artigo 98 do CDC: a) o juízo "da liquidação da sentença ou da ação condenatória, no caso de execução individual" (inc. I); b) o juízo "da ação condenatória, quando coletiva a execução" (inc.II). Reis, (2003, p.9) aponta que ao se tratar da Justiça Estadual, considera-se existência fórum em quase todas as cidades dos estados, assim sendo, se a lesão ao consumidor tiver caráter regional, envolvendo mais de uma cidade no âmbito jurídico da sua competência, a causa caberá ao fórum da capital. Se o caráter da lesão for local, caberá ao fórum competente mais próximo.

As ações comumente conhecidas utilizadas pelo consumidor para a prevenção e ou reparação do dano sofrido são as ações de fazer e não fazer, essas ações visam a reparação do dano seja ele pecuniário ou não, além de serem capazes também de que um direito ainda não lesado venha a ser no futuro, através do pedido da antecipação de tutela e o deferimento deste pelo juiz.

## CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como escopo mostrar a importância da proteção do consumidor nas relações de consumo, bem como, preocupou-se em mostrar seu contexto histórico e evolução sobre interesse pelo bem tutelado no decorrer da evolução social e seus diversos momentos econômicos, considerando todo o aspecto teleológico e hermenêutico do consumidor, e sua posição na relação de consumo.

Foram demonstrados conceitos e princípios básicos enunciados pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro, como sua criação interferiu no ordenamento jurídico e em qual momento surgira. Os princípios básicos do Direito do Consumidor abordados pelo Código de Defesa do Consumidor brasileiro no primeiro momento formalizam foco principal de estudo, já que, para a compreensão da proteção do consumidor em nosso ordenamento jurídico, é mister esse entendimento.

Verificaram-se as práticas abusivas na relação de consumo em descumprimento às normas e garantias fundamentais constitucionais e dispositivos do código de defesa do consumidor e a consequência à harmonia nas relações de consumo, onde o fornecedor impõe ao consumidor um desequilíbrio financeiro irregular.

Considerou-se a condição do consumidor individual e ou coletivo, como hipossuficiente nas relações comerciais o comerciante apesar de também detentor de direitos, afere grandes prejuízos no momento da aquisição de determinados produtos, às vezes por meio de propagandas enganosas, falsos descontos, formações de cartéis, dentre outras várias práticas irregulares de mercado. A hipossuficiência constatada surgiu justamente da vantagem e coação que o fornecedor do produto ou serviço exerce sobre o consumidor, causando a este dano patrimonial e até mesmo moral.

Por fim entendeu-se que a prática abusiva caracteriza-se pela utilização em excesso de algum direito de modo a prejudicar ou ampliar a vulnerabilidade do consumidor, sendo passível de indenização, o prejuízo sofrido pelo consumidor, mesmo que não em demasiado, quando constatados todos os respectivos pressupostos do abuso sofrido, e, caso seja constatado um maior nível de gravidade do abuso, podem, ainda, ocasionar ao consumidor danos morais.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Cândido Mendes de **Código Filipino ou Ordenações e Leis do reino de Portugal**, Brasília: Edições do Senado Federal, 2004, Vol. 38-A, p.VIII a XVIII.

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor** 2ª. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2000.

BRASIL. *Código Civil, Lei nº 10.406*, promulgado em 10 de Janeiro de 2002. Brasília: Fernando Henrique Cardoso. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/L10406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm)>. Acesso em: 20 de Setembro de 2015.

\_\_\_\_\_. *Constituição da República Federativa do Brasil*, promulgada em 05 de Outubro de 1988. Brasília. Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm)>. Acesso em 20 de Setembro de 2015.

DUARTE JUNIOR, Ricardo Cesar Ferreira. A proteção do consumidor no sistema jurídico brasileiro. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIII, n. 83, dez 2010. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=8756](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=8756)>. Acesso em maio 2015.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual do consumidor**. São Paulo: Atlas, 1991.  
GRAU, Eros Roberto. **A Ordem Econômica na Constituição de 1988** 13ª. Ed. São Paulo: Malheiros, 2008.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 8.ed.Rio de Janeiro:Forense Universitária, 2004.

LIRA, Wanessa Maria Andrade de. Relação do consumidor. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XII, n. 68, set 2009. Disponível em: <<http://www.ambito->

juridico.com.br/site/index.php?n\_link=revista\_artigos\_leitura&artigo\_id=6591>. Acesso em agosto 2015.

NERY JÚNIOR, Nelson. Os princípios gerais do Código de Defesa do Consumidor. **Revista Direito do Consumidor**, São Paulo, nº 3, p. 47, 1992.

NORONHA, Fernando. **Direito do Consumidor – Contratos de Consumo – Cláusulas Abusivas e Responsabilidade do Fornecedor**. Apostila apresentada aos alunos de graduação do Curso de Direito. Florianópolis: UFSC, 1999.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. 8.ed. São Paulo: Saraiva, 2013.

NUNES JUNIOR, Vidal Serrano. **Código de defesa do consumidor interpretado**. São Paulo: Saraiva, 2003.

PINTO, Henrique Alves. Princípios nucleares do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor e sua extensão como princípio constitucional. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 9, n. 214, 5 fev. 2004. Disponível em: <<http://jus.com.br/artigos/4792>>. Acesso em: 29 de setembro 2015.

SILVA, João Calvão. **A responsabilidade civil do produtor**. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_. Fabiana Barcelos da. Considerações históricas das relações aquisitivas referente ao comércio cibernético sob a ótica do consumidor. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XII, n. 67, ago 2009. Disponível em: <[http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=6323](http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=6323)>. Acesso em agosto 2015.

VIEGAS, Cláudia Mara de Almeida Rabelo; ALMEIDA, Juliana Evangelista de. A historicidade do Direito do Consumidor. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 90, jul 2011. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?artigo\\_id=9820&n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?artigo_id=9820&n_link=revista_artigos_leitura)>. Acesso em maio 2015.

WIERZCHÓN, Silvana Aparecida et al. **Princípios gerais da defesa do consumidor e direitos básicos do consumidor**. 2008. Disponível em: <<http://www.artigonal.com/direito-artigos/principios-gerais-da-defesa-do-consumidor-e-direitos-basicos-do-consumidor-389386.html>> Acesso em 10 de outubro de 2015.