



DIREITOS DIFUSOS E COLETIVOS

1º BIMESTRE 2022 – 4º DN

Prof. Roberta Densa

CAROLINA LEMOS

SUMÁRIO

DIREITOS DIFUSOS COLETIVOS E INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS	2
INTRODUÇÃO	2
INTRODUÇÃO DIREITO DO CONSUMIDOR	3
TEORIA DA LESÃO	3
VULNERABILIDADE	4
PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL	5
CDC, LEI 8078/90	5
RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	6
RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO	9
SÚMULAS DO STJ	10
CONCEITO DE PRODUTO	11
CONCEITO DE SERVIÇO	11
PRINCÍPIOS E POLÍTICA NACIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR	11
PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	13
DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	15
TRATADOS INTERNACIONAIS	20
RESPONSABILIDADE CIVIL DO CONSUMIDOR	21

DIREITOS DIFUSOS COLETIVOS E INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS

INTRODUÇÃO

Conceito:

1. Interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstância de fato;
2. Interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com uma parte contrária por uma relação jurídica base;
3. Interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum;

Direitos ou interesses	Quanto à apropriação	Quanto à titularidade	Quanto à divisibilidade	Quanto à essência
Difusos	insuscetíveis de apropriação	sujeito indeterminado	indivisível	essencialmente coletivo
Coletivos	suscetíveis de apropriação	sujeito determinado	indivisível	essencialmente coletivo
Individuais ou homogêneos	suscetíveis de apropriação	sujeito determinado	divisível	acidentalmente coletivo

Microsistema Coletivo:

- Art. 5º, XXXV, CF/88: Princípio da inafastabilidade da jurisdição;

→ A ausência de microsistema gera ineficácia do dispositivo constitucional, eis que a tutela individual é inaplicável para a defesa dos interesses difusos e coletivos;

= Microsistema ou Sistema Único Coletivo:

- **Núcleo Duro:** [i] Lei da Ação Civil Pública; [ii] Código de Defesa do Consumidor;
- **Outras Fontes:** [i] Lei de Improbidade Administrativa; [ii] Ação Popular; [iii] Mandado de Segurança Coletivo.

Objeto da Ação Civil Pública:

Art. 1º - Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados:

I - ao meio ambiente;

II - ao consumidor;

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo (acrescentado pela Lei nº 8.078, de 11/09/1990).

V - por infração da ordem econômica e da economia popular.

INTRODUÇÃO DIREITO DO CONSUMIDOR

TEORIA DA LESÃO

Teoria que vigorava antes do advento do CDC e da CF/88 e a discussão de erro, coação, simulação, fraude etc.

[i] CF, art. 5º, XXXI e Art. 170; [ii] Lei 8.079/90, CDC] = Dispositivos que tratam sobre a defesa do consumidor.

Onde não há concorrência, o consumidor perde. Áreas com mais problemas para o consumidor: [i] saúde, planos de saúde; [ii] bancos; rede bancária e distribuidores; [iii] áreas com mais monopólio;

Obs. Importância do EUA no âmbito da evolução do direito do consumidor, discurso do presidente Keneddy;

- Em 1970, no BR, surgiu o **PROCON** + **discussões** sobre a **criação do CDC** + **advento da CF/88** = Tudo isso surgiu em outra sociedade brasileira e temos que ter isso em mente.

Obs. O CDC ainda não versa sobre o meio ambiente eletrônico do consumidor; P.ex. o Art. 49 foi pensado em venda porta a porta e não sobre o comércio eletrônico, portanto, devemos lembrar a época que o código foi pensado e instituído;

A partir da década de 1990, surge duas legislações – regulações sobre o direito do consumidor: [i] **Lei anticoncorrência** e [ii] **Dos crimes contra a ordem econômica** → Esse conjunto de leis foram muito importantes e combate a ideia de regulação de preço de mercado e com toda certeza, a ideia dos preços superficiais;

- Atualmente, o CDC se tornou muito discutido e em 2021 promulgou-se uma lei sobre o superendividamento do consumidor;

VULNERABILIDADE

O consumidor sempre será vulnerável. Pode, inclusive, haver vulnerabilidade do consumidor perante uma pessoa física.

- **Obs.** Não se reconhece vulnerabilidade entre empresas, isso também nas relações civis.

Vulnerável, segundo o dicionário, é o lado fraco de um assunto ou de uma questão, ou do ponto pelo qual alguém pode ser atacado ou ferido → A vulnerabilidade, portanto, é a qualidade ou estado de vulnerável.

- **Parte Vulnerável:** Aquele que adquire ou utiliza produtos e serviços, sem ser quem os produza ou promova sua prestação, razão pela qual não possui o domínio ou a expertise sobre essa relação.

A vulnerabilidade do consumidor possui quatro espécies: [i] informacional; [ii] técnica; [iii] jurídica; [iv] econômica;

Hipervulnerabilidade = Prefixo *Hiper* designa alto grau ou aquilo que excede a medida formal.

- São consumidores hipervulneráveis:
 - Pessoas portadoras de deficiência;
 - Idosos;
 - Crianças e Adolescentes;

PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL

- Constituição Federal;
- Lei 8.078/90, CDC.

CDC, LEI 8078/90

CDC = Lei **principlológica**, com **conceitos abertos**:

Norma cogente, pode ser aplicada de ofício. Norma de ordem pública e interesse social Art. 1º, CDC [= faz com que as relações se tornem mais igualitárias].

→ P.ex. mesmo que o consumidor celebre um contrato, mas se tiver disposições contra legem, o contrato será nulo;

- **Obs.** O art. 54, CDC, é uma cláusula restritiva de direito, sem violar o art. 51;

CDC vs CC = Aplica-se a lei especial em detrimento da geral.

- Há Relação de Consumo? Se sim, **CDC**;
- Não há uma relação de consumo? Se não, **CCB/Empresarial**;

O CDC formou um microssistema jurídico sobre o tema, mas, **obs.** Devemos abrir nosso espectro de compreensão na análise dos casos concretos, ref. à legislação aplicável [= CDC, CF, CCB].

Interpretação Sistemática: Pirâmide de normas [= Kelsen] interpreta cf. o sistema jurídico. **Professora adota aqui.**

- **Antinomia**? Lei geral fica atrás da lei especial;

Diálogo das Fontes: Completude. Interdisciplinar.

- **Antinomia**? Lei geral não fica atrás da especial, mas se busca uma complementariedade.
- **Obs.** A aplicação do CCB é subsidiária [**Professora adota aqui**];
 - **Obs II.** No caso de antinomias, aplica-se o CDC por trata-se de um microssistema jurídico sobre o tema = Lei especial em detrimento da lei geral [**Professora adota aqui**]

RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

Relação jurídica pode recair sobre coisas e pessoas.

- Subjetivo: [i] Consumidor – Art. 2º, CDC; [ii] Fornecedor – Art. 3º, CDC;
- Objetivo: [i] Produto – Art. 3º, parág. 1º; [ii] Serviço – Art. 3º, parág. 2º;

Produto: qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial;

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;

Consumidor: toda pessoa física ou jurídica [Brasil e Espanha apenas que adotam a PJ] que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final;

- Adquire ou Utiliza o produto;

❖ Há três teorias – Adotamos a mista:

1. **Teoria Finalista**: Quem adquire para uso próprio [somente], produto ou serviço;
2. **Teoria Maximalista**: É consumidor quem adquire ou utiliza o produto ou serviço para uso próprio ou fins profissionais; quem tira o produto do mercado;
3. **Teoria Finalista Temperada**: é consumidor quem adquire para uso próprio ou para uso profissional, desde que haja vulnerabilidade [BR + OAB];

Destinatário Final: Tira o produto do mercado, não há revenda; Não pode ter como objeto o insumo [o insumo não é consumo];

- ➔ [i] **Profissional** e [ii] **Uso próprio**: sem objetivo de lucro, não transforma aquilo em lucro;

Obs. Cadeia Produtiva = Quem faz parte é fornecedor.

Obs. Decisão do STJ: Todos os serviços públicos considerados essenciais, é consumo e não insumo. Vulnerabilidade presumida.

Fornecedor: Coloca o produto no mercado de consumo, de forma organizada e onerosa; exige onerosidade, ainda que indireta; toda pessoa física [= Se organiza de forma profissional para colocar de forma onerosa produto ou bem no mercado] ou jurídica [não precisa ter o objetivo de lucro] – Art. 3º, CDC.

- Habitualidade;
- Onerosidade;

→ 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.

→ Pessoas Jurídicas: Sociedades empresárias, sociedades civis [associações p.ex. UNIP, AACD];

- Se for pessoa jurídica, não necessariamente precisa ter lucro, mas precisa ser oneroso.
- Entes despersonalizados: em falência ainda vendendo produtos enquanto não se finaliza o pagamento aos credores;
- No condomínio, não há relação de consumo, pois não se pode ser, ao mesmo tempo, fornecedor e consumidor, mas é possível que o condomínio seja consumidor de terceiros [empresa de segurança, jardinagem, etc], apenas de não ser do condomínio nunca ser fornecedor;

- **Obs.** Esse artigo não está de acordo com nossa nova realidade:

- Se for apenas garoto propaganda, sem market place, há regência do código civil [resp. subjetiva, analisará se há culpa];

- Se houver market place, rege o CDC, com responsabilidade objetiva;

- Garotos propaganda, não constitui relação de consumo;
- Youtubers: Há relação de consumo se o youtuber coloca o link para redirecionar, faz propaganda de tal produto ... a chave estaria se há market place [cupons, controle de estoque, sabe-se quanto a pessoa vendeu];

Obs. Emissoras não são consideradas fornecedores para a jurisprudência, pois não se responsabilizam pelo produto, apenas pelo canal.

Obs II. Art. 19, Marco Civil da Internet → Emissora [rádio, TV] fazem curadoria de conteúdo, ao passo que nas redes sociais não há curadoria de conteúdo, é o próprio usuário que solicita a remoção de conteúdos inadequados, ou automaticamente por meio de algoritmos [curadoria posterior];

→ **Onerosidade Indireta do Fornecedor:** p.ex. aqueles que oferecem estacionamento “gratuito” ao consumidor, o gasto já está embutido nos produtos.

RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

- **Consumidor:** Retira o produto do mercado;

- **Fornecedor:** Coloca o produto no mercado;

Art. 2º, Ú, CDC: Consumidor por equiparação. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Há duas espécies:

- Art. 17, CDC – Vítimas de acidente de consumo = **p.ex.** explosão do shopping, indivíduos que não estavam no shopping, mas sofreram danos;
- Art. 29, CDC – Indivíduos que foram expostos às práticas previstas: ofertas; práticas comerciais abusivas; cobranças de dívidas indevidas;

SÚMULAS DO STJ

Súmulas do STJ – 608, 602, 563, 297 + Entendimentos do respectivo Tribunal Superior:

- **Súmula 608:** Aplica-se o CDC aos contratos de plano de saúde, salvo os administrados por entidades de autogestão [mesma lógica do condomínio, não se pode ser consumidor e fornecedor concomitantemente];
- **Súmula 602:** CDC aplicado a empreendimentos habitacionais promovidos pelas sociedades cooperativas, se as pessoas juntam para construir habitações para elas mesmas [não para vender];
- **Súmula 563:** Aplica-se o CDC as entidades abertas de previdência complementar [qualquer um pode entrar, não pertencem a um grupo específico];
- **Súmula 297:** CDC aplicável às instituições financeiras;
- **Súmula 74:** CDC aplica-se a serviços essenciais [água, luz, gás] e NÃO se aplica aos contratos de locação;
- **Crédito Estudantil:** O STJ entende que não há reação jurídica de consumo entre o estudante e o FIES [= dinheiro público], p.ex., ainda que o dinheiro venha através de uma instituição privada;

- **Relação do Adv.:** Com o Cliente: não há aplicação do CDC. Professora entende que é um entendimento equivocado.

CONCEITO DE PRODUTO

❖ Qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial.

- Corpóreo;
- Incorpóreo;
- Móvel;
- Imóvel;

CONCEITO DE SERVIÇO

❖ Qualquer atividade inserida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista [Art. 3º, parág. 2º, CDC] → produto lícitos;

- **Obs.** Há muitos produtos que são considerados ilícitos no BR, em virtude de uma oligarquia financeira → BR é uma das econômicas mais fechadas no mundo.

PRINCÍPIOS E POLÍTICA NACIONAL DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A política nacional das relações de consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade; saúde e segurança,

a proteção de seus interesses econômicos, a melhora da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

1. Vulnerabilidade: Art. 4º, I, reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

Há quatro espécies de vulnerabilidade:

- **Informacional**: O consumidor não possui todas as informações sobre determinados serviços, a falta de informação do consumidor que o leva a tomar determinada decisão;

- **Obs.** A informação a ser dada deve ser qualificada, não adianta dar informação pela informação.
- **Obs.** Paternalismo Libertário: O Estado auxilia o indivíduo, a partir de informações qualificadas, a tomar a melhor decisão;

2. Técnica: O consumidor não possui um know how sobre os produtos, é mais ampla, sobre o meio de produção [= sobre como o produto é colocado no mercado]. Aqui o consumidor recebe a informação, mas ainda sim não sabe que decisão tomar, sob um ponto de vista técnico;

- **P.ex.** Conserto de veículos, assistência técnica;

➔ Esta vulnerabilidade só é passível de ser amenizada por intermédio de um técnico;

3. Jurídica: Recai no ponto de vista jurídico. O consumidor não reconhece todas as consequências jurídicas da sua relação com o fornecedor, por mais que haja a adequada prestação de informação.

4. Econômica: Exercício do poder econômico frente ao consumidor;

5. Digital: Desde o acesso à internet, além da vulnerabilidade frente as novas tecnologias;

Hipervulnerabilidade: Há consumidores mais vulneráveis que outros.

- **p.ex.** crianças e adolescentes; idosos; pessoas com deficiência; analfabeto, seja ele o funcional;

Art. 4º, *caput*: A política nacional das relações de consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, a respeito à 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:

PRINCÍPIOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

1. Dever Governamental: – Art. 4º, 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, p.ex. agências reguladoras;
- d) Pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho;

➔ Ante as vulnerabilidades anteriormente citadas, é isso que justifica a atuação estatal para proteger o consumidor.

2. Harmonia das Relações de Consumo: Art. 4º, III.

Equilíbrio; harmonização dos interesses 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 fundam a ordem econômica [Art. 17, CF/88], sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.

3. Educação e/ou informações de fornecedores e consumidores: Art. 4º, IV

Ref. aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

4. Incentivo ao Autocontrole: Art. 4º, V

Meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo.

- P.ex. SAC, ouvidoria.

5. Coibição e repressão de abusos no mercado – Art. 4º, VI:

Coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal.

6. Racionalização e melhoria dos serviços públicos – Art. 4º, VII:

Racionalização e melhoria dos serviços públicos;

7. Estudo constante das modificações de mercado:

Estudo constante dos impactos nas relações futuras;

OCDE: organismo internacional com objetivo de olhar para o futuro;

8. Fomento de ações direcionadas à educação financeira e ambiental

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Art. 6º, CDC

I. Produtos considerados perigosos:

“A proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos”;

→ Produtos perigosos → Recall – Art. 9º e 10º, CDC;

- **Latente ou Inerente:** Crime, art. 63, CDC: Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade; **P.ex. Cigarro, álcool.**

- **Adquirida:** Crime, art. 64, CDC: Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado; Após ser colocado no mercado é que o produto adquire a periculosidade. **p.ex. Recall, cf. arts. 9º e 10º, CDC. Carros com defeito no lote; detergente no toddynho; medicamento que descobre ser cancerígeno e deve ser retirado do mercado;**

Obs. Em diagnósticos realizados por IA, no projeto que tramita no congresso, a empresa só indenizaria se a responsabilidade civil for subjetiva;

- **Exagerada:** Crime, art. 65, CDC: Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente; Proibição expressa de produtos e serviços. **P.ex. esportes radicais, trilhas com cobras, se for avisado, a periculosidade é latente ou inerente.**

II. O consumidor tem o direito a educação básica para o consumo [uso; durabilidade] – “A educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e igualdade nas contratações”;

III. Informação clara e adequada, também ligada à educação para o consumo – “A informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição,

qualidade, tributos incidentes e preço, bem como os riscos que apresentam”;

Obs. Não existe relação de consumo com o Estado.

IV. “A proteção contra a publicidade enganosa, abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”;

➔ Art. 36 até 38 [publicidade];

➔ Art. 39 [práticas abusivas];

➔ Art. 46 até 54;

V. **Princípios de contratos do direito civil, boa-fé, autonomia;** “A modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de atos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas”;

➔ Se o contrato nasce desproporcional, pede-se ao juiz que o revise para o consumidor, p.ex. taxa de juros abusiva, o juiz adequará ao valor de mercado;

➔ Se o contrato nasce proporcional, mas a taxa de correção aumentou muito [fato superveniente] pede-se a correção também.

- IPC é o melhor índice, pois mede apenas os valores de variação do arroz, carne, vendidos diretamente ao consumidor;

- O IGPM considera os preços de variação de insumos também, de atacados, por isso tende a subir mais;

➔ **Fato superveniente:** o CDC não exige que o fato seja imprevisível e extraordinário [como o CCB], basta no CDC que seja superveniente.

- ➔ **Caso Fortuito:** Posso prever, mas não evitar [p.ex. tromba de água em rapel ... pode-se prever que irá ocorrer, mas é impossível evita-la];

Obs. Nas relações de consumo é preciso apenas a onerosidade excessiva, já que no CCB é preciso que exista vantagem para a outra parte [uma perde e o outro ganha];

VI. Nas relações de consumo temos que o fundamento é a prevenção de danos. Mecanismos do fornecedor para evita-los, procedimentos de segurança, mecanismos de compliance; “A efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”;

- ➔ O STJ entendeu que o fato de colocar o consumidor em risco já enseja o dever de indenizar [larva no chocolate que o consumidor mordeu, mas não engoliu, logo, não teve intoxicação alimentar];

- ➔ Dano moral não é como a pessoa se sente, o que importa é se houve lesão ao direito de personalidade [honra, boa fama, saúde, privacidade, intimidade];

- ➔ Desvio produtivo do consumidor: mais correto chamar de lesão aos direitos de personalidade → Perda de tempo do consumidor;

VII. É direito básico do consumidor a facilitação da sua defesa, inclusive com a inversão do ônus da prova - possibilidade;

- ➔ **Critério:** As alegações deverão ser verossímeis; ou o consumidor for hipossuficiente;

- ➔ **Momento para Inversão do ônus da prova:** [i] Regra do procedimento ou da instrução – STJ; [ii] Regra de julgamento;

Obs. A parte deve ter o direito/oportunidade de se desincumbir do ônus probatório;

Obs. A inversão do ônus da prova sempre será a favor do consumidor, seja ele autor ou réu → âmbito consumerista;

Obs 2. Inversão do ônus da Prova vs Distribuição Dinâmica do ônus da prova: O juiz poderá distribuir o ônus da prova de forma diversa à distribuição estática;

X. A adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

→ Corte do serviço público considerado essencial: Pode haver o corte, mas com aviso prévio, o consumidor deve ser avisado previamente, caso não e houver o corte, é caracterizado constrangimento – dano moral;

XI. Garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira e de prevenção e tratamento de situações de superendividamento, preservado o mínimo existencial, nos termos da regulação, por meio da revisão e da repactuação da dívida, entre outras medidas;

XII. Preservação do mínimo existencial, na repactuação de dívidas e na concessão de crédito;

XIII. A informação acerca dos preços dos produtos por unidade de medida, tal como por quilo, litro, metro ou por outra unidade;

- Instituído pela lei do superendividamento. Ainda está sendo implementado aos poucos no BR, mas já vale, portanto, cabe sanção do PROCON.

TRATADOS INTERNACIONAIS

Art. 7º, CDC:

Caput: Os direitos previstos no CDC não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais, de que o Brasil seja signatário, da legislação ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Ú: Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos das normas de consumo.

➔ Em regra, a responsabilidade civil no CDC é solidária.

Obs. Por força do artigo 178 da CF/88, as normas e tratados internacionais limitadoras da responsabilidade das transportadoras áreas de passageiros, especialmente as Convenções de Versóvia e Montreal, tem prevalência em relação ao CDC;

- Consequência: tarificação no valor da indenização e prescrição de dois anos;
- Prescrição do dano moral: 02 anos nos voos internacionais;

RESPONSABILIDADE CIVIL DO CONSUMIDOR

Regra: [i] **Responsabilidade Objetiva** [Nexo de Causalidade e Danos] → Teoria do Risco Proveito e [ii] **Solidária** [Art. 7º e art. 25 do CDC];

Exceção: **Subjetiva do profissional liberal** [Culpa + nexo + dano];

Dano Punitivo: Se o dano ainda não aconteceu;

Dano Preventivo: O dano não precisa acontecer.

➔ No BR o caráter é reparativo;

➔ **Dano Moral In Re Ipsa**: comprova-se apenas o fato, faz-se desnecessário a comprovação do dano em si. Do fato o dano é presumido.

Teoria do Risco: responde em função do risco que decorre do produto colocado no mercado;

Responsabilidade Civil por Defeito do Produto - **Responsabilidade Civil Objetiva** – “Respondem independente de culpa”.

- Conceito de Produto Defeituoso – Art. 12, parág. 1º, CDC: o produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

[i] Sua apresentação;

[ii] O uso e os riscos que razoavelmente [= homem médio] dele se esperam;

[iii] a época em que foi colocado em circulação.

→ O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado [Art. 12, parág. 2º];

Produto com Defeito: Quando um acidente de consumo ocorre, se ocorre, analisa-se os incisos do parág. 1º, art. 12º:

[i] Sua apresentação;

[ii] O uso e os riscos que razoavelmente [= homem médio] dele se esperam;

[iii] a época em que foi colocado em circulação.

Obs. Defeito é sinônimo de acidente de consumo, atinge diretamente a saúde do consumidor, a saúde do consumidor colocada em risco.

Produto com Vício: quando não ocorre o acidente, afeta-se somente a questão financeira do consumidor.

Responsáveis pela reparação por Defeito no Produto, nos termos do CDC: Art. 12, *caput*: O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador.

→ Em regra, por defeito de produto o comerciante não responde, mas respondem por vício.

Art. 13, CDC – Hipóteses de Responsabilidade do Comerciante:

- I. Quando o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;
- II. O produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtos, construtor ou importador;
- III. Não conservar adequadamente os produtos perecíveis;

Parág. Ú: Direito de regresso contra os demaís responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso → Ligado ao art. 88 do CDC, mas no curso do processo não cabe denúncia à lide.

Obs. Regra Geral: No CDC é vedada a denúncia à lide.

Art. 12, parág. 3º Excludentes de Responsabilidade nos casos de Defeitos [CDC - diferentes das do CCB]:

- O fabricante, o construtor, o produtor que não colocou o produto no mercado; **p.ex.** produto pirateado;
- Que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexistir; **p.ex.** batida de carro por aquaplanagem – aqui, se utiliza muito da perícia
 - fortuito externo + força maior entra aqui;
- A culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros;

Obs. As referidas excludentes de responsabilidade, o CDC colocou apenas nos casos de DEFEITO, nada menciona sobre os vícios

→ A professora acha, então, deve-se aplicar as excludentes do CCB/2002 no caso de VÍCIO.

Obs. Fortuito Interno → Risco do Negócio: Decorre da atividade do fornecedor – aqui, ele responderá, **p.ex.** erro de estagiário;

Responsabilidade Civil por Defeito de Serviço – Art. 14, CDC:

Fornecedor **responde OBJETIVAMENTE [= independente de culpa]** por vícios de prestação de serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

Conceito de Defeito de Serviço: O serviço será defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes:

- I. O modo do seu fornecimento;
- II. O resultado e os riscos que razoavelmente dele pode se esperar;
- III. A época em que foi fornecido;

Obs. O serviço não será considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas;

Excludentes de Responsabilidade nos casos de Defeito por Serviço:

- I. Tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II. Culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro;

- Responsáveis pela reparação:

Fornecedores de serviços = todos que estão na cadeia produtiva respondem pelos danos;

- Defeitos relativos à prestação de serviço, bem como por informações insuficientes ou inadequadas, sobre sua fruição e riscos;

Caso de fraude de banco, PIX, etc:

Jurisprudência massificada entende que é defeito de serviço, coloca no art. 14, mesmo que só haja prejuízo financeiro;

- A professora entende que não é o artigo 14, mas a jurisprudência massificada diz o contrário.