

**PROTEÇÃO E DEFESA DOS DIREITOS
DO CONSUMIDOR**

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

MARKUS NORAT

www.markusnorat.com

Direitos Básicos do Consumidor

O CDC traz um capítulo específico para tratar dos Direitos Básicos do Consumidor. Nele, encontramos o artigo 6º, que apresenta um rol de direitos que, como o nome já diz, devem ser entendidos como os direitos fundamentais do consumidor, ou seja, devemos interpretá-los como sendo o **mínimo de direitos** que o consumidor possui nas relações jurídicas de consumo.

Da leitura do rol de direitos elencados no art. 6º do CDC, podemos facilmente identificar semelhanças com os direitos considerados por John Fitzgerald Kennedy, em 15 de março de 1962, na “*Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest*”, que serviu de inspiração para a Resolução nº 39/248 da ONU.

Por conseguinte, **o artigo 6º do CDC é uma espécie de síntese de todos os institutos de proteção estabelecidos pelos artigos seguintes do Código.**

Direitos Básicos do Consumidor

- 1) **Proteção à Vida, Saúde e Segurança;**
- 2) **Educação;**
- 3) **Informação;**
- 4) **Proteção Contra a Publicidade Enganosa e Abusiva e Práticas Comerciais Ilegais;**
- 5) **Modificação e Revisão de Cláusulas Contratuais Abusivas;**
- 6) **Prevenção e Reparação de Danos Materiais e Morais;**
- 7) **Acesso à Justiça;**
- 8) **Inversão do Ônus da Prova;**
- 9) **Serviços Públicos Adequados e Eficazes.**

Proteção à Vida, Saúde e Segurança

Proteção à vida, saúde e segurança são direitos **fundamentais inalienáveis, indisponíveis e indissociáveis**, previstos no artigo 5º da Constituição Federal. O Código do Consumidor estabelece tais disposições fundamentais para, de forma expressa, proteger o consumidor de práticas no fornecimento de produtos e serviços que abalem a sua incolumidade física.

O direito básico de proteção à vida, saúde e segurança está relacionado com os artigos 8º, 9º e 10º do CDC.

EXEMPLO: Faca; Fogão; Cigarro; Venenos; Remédios (Roacutan, Microvilar)...

E após colocar o produto problemático no mercado?

Educação

Tal direito básico corrobora o Princípio da Educação e Informação, disposto no art. 4º, IV, do CDC, que visa à melhoria do mercado de consumo através da educação e informação dos consumidores e fornecedores. O escopo desse direito e princípio parte da seguinte ideia: Como podemos pensar em uma relação de consumo equilibrada, justa e harmoniosa se os consumidores (e também os fornecedores) desconhecerem os seus direitos e os seus deveres?

Educar e informar os protagonistas das relações de consumo é fundamental para evitar abusos e, por conseguinte, se constituir uma sociedade mais justa e equitativa.

Informação

O terceiro direito básico do consumidor é o direito de ter **informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta sobre quantidade, característica, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.**

Confirma o princípio da vulnerabilidade informacional, pois, o consumidor não tem informações suficientes sobre as características, qualidades e sobre a utilização do produto que está adquirindo ou sobre o serviço que está contratando.

Atente que o inciso III do artigo 6º do CDC foi **alterado pela Lei 12.741 de 8 de dezembro de 2012**, que incluiu a obrigatoriedade da informação adequada e clara, com especificação correta dos **tributos incidentes** sobre os diferentes produtos e serviços.

Informação

A Lei 12.741/2012 determina ainda que na nota fiscal ou documentos equivalentes, emitidos por ocasião da venda ao consumidor de mercadorias e serviços, deverá constar a informação do valor aproximado correspondente a sete impostos:

- I - Imposto sobre Operações relativas a Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS);**
- II - Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS);**
- III - Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI);**
- IV - Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários (IOF);**

Informação

V - Contribuição Social para o Programa de Integração Social (PIS) e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (Pasep) - (PIS/Pasep);

VI - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins);

VII - Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico, incidente sobre a importação e a comercialização de petróleo e seus derivados, gás natural e seus derivados, e álcool etílico combustível (Cide).

Informação

EXEMPLO:

“O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, multou hoje a empresa Alimentos “Z...” Ltda. em R\$ 548 mil por **deixar de informar** no rótulo do produto a existência de ingrediente transgênico em sua farinha de milho (...).”

Rótulos dos produtos: Contém glúten; contém açúcar...

Publicidade Enganosa e Abusiva e Práticas Comerciais Ilegais

O CDC dedica um capítulo inteiro para tratar das práticas comerciais. Nele, o Código versa sobre a **oferta, a publicidade, as práticas abusivas, a cobrança de dívidas e sobre os bancos de dados e cadastros de consumidores.**

EXEMPLO:

Publicidade Subliminar;

Publicidade enganosa;

Publicidade abusiva;

Venda casada;

Cobrança abusiva;

inclusão indevida nos cadastros de consumidores.

Modificação e Revisão de Cláusulas Contratuais Abusivas

Trata da modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam **prestações desproporcionais** ou sua **revisão** em razão de fatos supervenientes que as tornem **excessivamente onerosas**.

Esse direito básico vai de encontro com o “*pacta sunt servanda*”.

O CDC, com base nos princípios da equidade e da boa-fé, positivou a revisão das cláusulas contratuais quando elas exigirem do consumidor vantagem manifestamente excessiva; estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade; se mostrem excessivamente onerosas para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso; entre outras.

EXEMPLO: Contratos e financiamentos feitos em dólar.

Prevenção e Reparação de Danos Materiais e Morais

Esse direito básico trata da efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, **individuais, coletivos e difusos**.

Podemos entender como sendo dano moral, a **lesão a um bem jurídico que é intrínseco à personalidade do consumidor**. Por exemplo: a honra, a integridade psicológica, a imagem, a saúde. O dano moral (lesão a um bem jurídico que é intrínseco à personalidade) tem como consequência, produzir no consumidor um sentimento negativo de dor, tristeza, angustia, vergonha, vexame, humilhação etc.

Fundamentação na petição: Art. 6º, VI (mas também pode citar Constituição Art. 5º X e Código Civil Arts. 186 e 927).

Prevenção e Reparação de Danos Materiais e Morais

DANO MORAL PURO: (também conhecido como dano moral presumido ou objetivo), que é aquele que atinge diretamente a dignidade do consumidor.

Em primeiro de julho de 2012, o STJ publicou notícia definindo as situações em que o dano moral deve ser considerado como sendo puro:

- a) Cadastro de inadimplentes
- b) Responsabilidade bancária
- c) Atraso de voo
- d) Diploma sem reconhecimento
- e) Equívoco administrativo
- f) Credibilidade desviada

Acesso à Justiça

O sétimo direito básico do CDC **garante ao consumidor a manutenção de uma assistência jurídica, integral e gratuita aos órgãos judiciários e administrativos** com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.

O CDC assegura, neste inciso, a facilitação de acesso dos consumidores aos órgãos judiciários e administrativos que efetivamente possuem mecanismos eficazes para proteger os seus direitos.

EXEMPLO: Juizados Especiais, MP, Procons, Inmetro, SDE...

Inversão do Ônus da Prova

O CDC atribuiu ao magistrado o poder para determinar a inversão do ônus da prova em benefício do consumidor, quando for possível aferir a **verossimilhança** das alegações e/ou a **hipossuficiência** do consumidor (Entenda: não é necessário se encontrar os dois requisitos, a alegação verossímil e a hipossuficiência do consumidor. Basta que o juiz encontre apenas uma delas: a alegação verossímil ou a hipossuficiência do consumidor).

O CPC (2015) trouxe no artigo **373, II**, a possibilidade de incumbir o ônus da prova ao réu quando houver fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito do autor.

Serviços Públicos Adequados e Eficazes

O nono direito básico do consumidor diz respeito à **adequada e eficaz** prestação dos serviços públicos em geral.

Trata dos artigos artigo 4º, inciso VII; artigo 22 do CDC.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, **contínuos**.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.