

# PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE JURÍDICA APLICADA ÀS RELAÇÕES DE CONSUMO NO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

**SAMUEL MAX GABBAY**

Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. E-mail: samuelgabbay@hotmail.com

**ALBERT BARCESSAT GABBAY**

Graduando em Direito. Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: samuelmax.gabbay@facebook.com

**Envio em:** Fevereiro de 2013

**Aceite em:** Fevereiro de 2013

## Resumo

Desde a abertura do mercado de combustíveis, um dos tópicos de grande importância para a regulação é a proteção do consumidor neste mercado. De fato, sendo o consumidor a parte mais vulnerável, a possibilidade de fraudes como adulteração, publicidade enganosa e preços abusivos são questões que necessitam de regulação, algo que vem sendo realizado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis – ANP. Contudo, a proteção do consumidor não deriva da regulação setorial, mas de uma lei fundamental para toda relação de consumo: o Código de Defesa do Consumidor. Com base nesta premissa, o presente trabalho analisa quais são os direitos fundamentais dos consumidores no mercado de combustíveis a partir do Código de Defesa do Consumidor. Para isso, o trabalho busca definir quais relações estão presentes no mercado de combustíveis e busca delimitar quais princípios do Código de Defesa do Consumidor são aplicáveis às relações de consumo no mercado de combustíveis, extraindo-se daí os direitos fundamentais que decorrem desta principiológica.

**Palavras-chaves:** Mercado de Combustíveis. Consumidor. Código de Defesa do Consumidor. Direitos Fundamentais.

## CONSUMER PROTECTION: A LEGAL ANALYSIS APPLIED TO THE CONSUMERS RELATIONS ON THE FUEL MARKET

### Abstract

Since the opening of the fuel market, a topic of great importance concerning the regulation is the consumer protection of consumers in this market. In fact, the consumer is the most vulnerable part of this market, and the possibility of fraud, misleading advertising and unfair prices are issues that need legal measures, something that has been done by the National Agency of Petroleum, Natural Gas and Biofuels - ANP. However, consumer protection is not derived from regulation, but a fundamental law for every kind of consumption market: the Code of Consumer Protection. Based on this premise, this paper analyzes what are the fundamental rights of consumers in the fuel market from the Code of Consumer Protection. On this context, this paper intends to define what relationships are present in the fuel market and seeks to define the principles of the Code of Consumer Protection that must be applied to consumer relations in the fuel market.

**Keywords:** Fuel Market. Consumer. Code of Consumer Protection. Fundamentals Rights.

## 1 INTRODUÇÃO

Na atual conjuntura do mundo globalizado, a comercialização de combustíveis está ganhando cada vez maiores proporções em razão do trânsito sempre crescente de mercadorias e pessoas. O consumidor, dependente dela, mais do que nunca aparece como ente fragilizado, não tendo forças suficientes para fazer suas exigências ou exigir seus direitos.

Nesse contexto, a Constituição de 1988 deu um passo importante, promovendo a defesa do consumidor a direito fundamental. Contudo, a despeito desta previsão, somente isto não seria suficiente para realmente resguardar o consumidor, elevando-se também a defesa do consumidor como princípio norteador da ordem econômica.

Falando-se em ordem econômica constitucional, com a flexibilização do monopólio do petróleo, a instituição da Lei do Petróleo e a criação da Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Bicomcombustível, a defesa do consumidor passa a também a ser olhada sob a perspectiva da regulação dos mercados, especialmente daqueles em que o Estado deixou de atuar diretamente para permitir que outros agentes pudessem explorá-lo economicamente. E, visto que o consumidor é dependente de produtos desta indústria, sua proteção é de especial relevância, mormente no que está relacionado ao mercado de combustíveis.

Neste viés, com o surgimento do Código de Defesa do Consumidor, bem como o da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis - ANP o consumidor passou a contar com instrumentos fiscalizatórios para resguardá-lo no mercado de combustíveis.

Diante destas considerações, o presente trabalho busca estudar como a defesa do consumidor é voltada ao mercado de combustíveis dentro do sistema constitucional brasileiro.

Para isso, o trabalho investiga a defesa do consumidor como direito fundamental. Num segundo momento analisa-se a defesa do consumidor como constituinte da ordem econômica constitucional e por fim analisa a proteção do consumidor do mercado de combustíveis tomando como base a Lei consumerista.

A aplicabilidade do princípio da boa fé no mercado de combustíveis, a proteção da vida, saúde e segurança e responsabilidade pelo fato e vício do produto/serviço no mer-

cado de combustíveis bem como as sanções administrativas e penais no mercado de combustíveis além da tutela processual também foram alguns dos aspectos abordados no trabalho.

## 2 AS VARIADAS RELAÇÕES NO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS SOB A ÓTICA DO BINÔMIO CONSUMIDOR/FORNECEDOR

Antes de adentrar nas relações no mercado de combustíveis sob a ótica do binômio fornecedor/consumidor é necessário definir o que seria consumidor e o que seria fornecedor.

A lei 8078/90 definiu o conceito de “consumidor” como a pessoa “destinatário final” do produto<sup>1</sup> ou serviço<sup>2</sup> ofertado, bem como qualquer pessoa vítima do evento ocorrido pela relação de consumo ou exposta à prática nela prevista. A mesma lei também definiu o que seria fornecedor em seu art. 3<sup>3</sup>.

Ao se fazer uma análise através do ponto de vista do binômio fornecedor-consumidor, percebem-se duas relações básicas no mercado de combustíveis: o consumidor enquanto destinatário final e comprador de combustíveis perante os revendedores varejistas e o consumidor enquanto consumidor de serviços prestados pelos postos de combustíveis. Não há que se falar em relação de consumo entre outras etapas (produção-refino, transporte-distribuição), pois falta o elemento necessário dos entes destas etapas da cadeia serem destinatários finais e vulneráveis.

No que diz respeito ao consumidor enquanto destinatário final e comprador de combustíveis perante os revendedores, destaca-se a sua vulnerabilidade quanto à formação de cartéis, preços abusivos, adulteração de combustíveis entre outras situações.

Desta feita, devido ao fato de o consumidor ser considerado parte vulnerável nas relações existentes entre ele e os elos da cadeia que envolve a comercialização de combustível, está constantemente sujeito a fraudes como adulteração, publicidade enganosa e preços abusivos que são questões que necessitam de regulação, o que necessita de e está tendo regulação ANP.

<sup>1</sup> De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

<sup>2</sup> De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração.

<sup>3</sup> 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.

Entretanto, o foco do presente trabalho não vai ser colocado na regulação que a agência coloca para coordenar as relações no mercado de combustíveis tendo em vista a ótica do consumidor, mas responder que direitos fundamentais possui o consumidor no mercado de combustíveis em razão do Código de Defesa do Consumidor.

### 3 A DEFESA DO CONSUMIDOR COMO DIREITO FUNDAMENTAL

Antes de se adentrar no estudo da defesa do consumidor como direito fundamental, deve-se definir o que seriam os chamados “direitos fundamentais”.

De acordo com Dimitri Dimoulis e Leonardo Martins (2007, p. 54), os direitos fundamentais são direitos contidos em dispositivos constitucionais – consequentemente possuindo grande força normativa - que limitam o exercício do poder estatal, privilegiando a liberdade individual.

Neste contexto, o direito do consumidor, enquanto direito fundamental, é considerado imprescindível para a promoção do desenvolvimento social e econômico, visando tutelar o destinatário final de produtos e serviços, ente atomizado e hipossuficiente, dando-lhe proteção jurídica.

Não é à toa que na Constituição Federal é possível encontrar a previsão da defesa do consumidor no artigo 5º, XXXII<sup>4</sup>, que versa sobre os direitos e as garantias fundamentais. Pode-se perceber, deste modo, a preocupação do legislador brasileiro em fazer com que proteção do consumidor fosse resguardada pelo estado e qualificada como Direito fundamental.

Com base nesta previsão, deve ser salientado que a defesa do consumidor é inserida num contexto que ultrapassa a tutela tradicional, focada em conflitos atomizados de caráter individual, para uma tutela moderna, vislumbrando estes direitos em uma dimensão coletiva em sentido amplo.

O atual Código de Defesa do Consumidor dispõe em

seu texto a respeito de três formas da proteção coletiva, as quais são enfatizadas no art. 81 do referido texto legal, sendo elas: os direitos difusos<sup>5</sup>, os direitos coletivos<sup>6</sup> e os individuais homogêneos<sup>7</sup>.

Com isso, temos que hoje existe a proteção deste consumidor na dimensão coletiva e na dimensão individual. Esta dimensão é de dois aspectos: a) o Estado deve promover a concretização de direitos materiais para o indivíduo-consumidor e a coletividade-consumidor; b) o Estado deve promover a concretização de direitos processuais para o indivíduo-consumidor e a coletividade-consumidor.

Além disso, no art. 48<sup>8</sup> dos atos de disposições constitucionais transitórias encontra-se a previsão de prazo para a elaboração e promulgação do Código de Defesa do Consumidor, demonstrando a preocupação do legislador constituinte originário em prover uma proteção efetiva ao consumidor.

Nota-se que a preocupação em relação aos direitos fundamentais e a tutela do consumidor caminham em paralelo. A tutela do consumidor consolida-se como um dos direitos do cidadão e instrumento ao lado de outros direitos fundamentais para a promoção do desenvolvimento.

Classificado como direito fundamental no atual ordenamento jurídico do país, a defesa do consumidor deve ser pensada não de um ponto de vista setorial, como uma legislação que vive num microcosmo próprio. Pelo contrário, em razão da escolha da defesa do consumidor como tema de proteção constitucional, deve haver um pensamento sistemático, em que a defesa do consumidor assume centralidade e conecta-se com toda a legislação infraconstitucional. Dessa forma, normas que não estejam em consonância com a defesa do consumidor prevista pela constituição federal devem ser consideradas inconstitucionais e nulas de pleno direito.

Não obstante, para compreender como a constituição delinea em toda plenitude a defesa do consumidor, deve ser verificada que, para além de apresentar dimensão de direito para indivíduos e coletividade, a defesa do

<sup>4</sup> “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”

<sup>5</sup> O CDC explica em no art.81, I que a forma de proteção coletiva dos direitos difusos defendem os direitos tranindividuais que se caracterizam pela pluralidade indeterminada de seus titulares e pela indivisibilidade de seu objeto

<sup>6</sup> O inciso II do art. 81 do CDC traz que os direitos coletivos são aqueles transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base.

<sup>7</sup> Por fim, o art.81 também trata dos direitos individuais homogêneos, em seu inciso III define que os direitos individuais homogêneos são aqueles decorrentes de origem comum.

<sup>8</sup> “o congresso nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da constituição, elaborará código de defesa do consumidor”.

consumidor figura como aspecto normativo da ordem econômica e financeira constitucional, fazendo esta defesa assumir outros matizes.

#### 4 BREVE ANÁLISE SOBRE O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS NA CONSTITUIÇÃO

Atualmente os combustíveis figuram como produto de salutar importância para o dia a dia da população brasileira. Tanto é que o mercado de combustíveis é previsto e regulamentado pela Constituição Federal de 1988.

É Constitucionalmente previsto (art. 174), que o Estado possui função de agente normativo e regulador das atividades econômicas, e nesse contexto está inserida a sua função de fiscalizatória e regulatória.

A notoriedade da importância dos combustíveis no mundo atual faz com que cada vez mais seja possível encontrar previsões constitucionais para o seu mercado. Isso se deve à grande capacidade Hermenêutica existente, bem como as conhecidas “Mutações Constitucionais”<sup>9</sup> que endossam as previsões na nossa Lei Maior.

Exemplificando o fato supramencionado temos que, nos dias atuais, os combustíveis podem ser considerados como produto de primeira necessidade para o dia a dia humano enquadrando-se como um Direito Fundamental e apresentando garantia constitucional de seu fornecimento em todo o território nacional<sup>10</sup>.

Desta feita, conseguimos enxergar o mercado de combustíveis inserido de forma indireta no texto constitucional. Entre essas formas, podemos notar no que diz respeito que a União poderá contar com empresas privadas ou estatais para a realização de atividades como o refino do petróleo (processo em que o petróleo bruto é transformado em combustível e outros derivados), assim como para o transporte do petróleo bruto e a importação e exportação dos produtos o transporte marítimo do petróleo bruto de origem nacional ou de derivados básicos de petróleo produzidos no País. Destaca-se que em todas essas formas de condução são utilizados combustíveis nos meios de transporte. Só estão fora da contratação pela União as atividades de distribuição e revenda, que nem por isso deixam de ser reguladas pelo Estado.

Com isso temos que as previsões legais para a pro-

teção, regulação e fiscalização do mercado de combustível, bem como o seu funcionamento dinâmico são de extrema importância para a Economia e para a proteção dos consumidores.

Deve ser ressaltado que no âmbito constitucional, o papel de regulamentação do mercado de combustíveis cabe ao Estado, papel este que deveria ser exercido pelo Ministério de Minas e Energia. Porém, atualmente, com o surgimento das agências reguladoras nos anos 90, esse papel foi transferido à ANP – Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis.

De acordo com Tércio Sampaio Ferraz Junior (2000, p. 19), algumas agências reguladoras encontram previsões constitucionais, como é o caso da ANP, a qual encontra previsão no art.177 § 2o, III. Desta feita, temos constitucionalmente o papel da regulação do mercado de combustíveis cabe a ANP.

Por fim, ressalta-se a previsão constitucional de que a lei ordenará a venda e revenda de combustíveis de petróleo, álcool carburante e outros combustíveis derivados de matérias-primas renováveis, respeitados os princípios desta Constituição.

Portanto, nota-se que o mercado de combustíveis está completamente protegido constitucionalmente pelo Estado que deverá exercer a sua regulação (de forma indireta, através de ANP), tanto nas suas etapas de produção e transporte, como também na distribuição e revenda.

#### 5 A PROTEÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

O mercado de combustíveis representa o fim da cadeia de parte dos derivados de petróleo e do gás natural veicular, uma vez que, nesta etapa, ocorre a comercialização dessas mercadorias junto aos consumidores. Esse processo envolve uma gama enorme de agentes econômicos e reflete uma atividade de forte impacto no cotidiano dos cidadãos. Em razão das inúmeras relações consumeristas existentes, atos abusivos atentando contra o direito dos consumidores são inevitáveis, e desta forma, visando a uma maior proteção do consumidor, o Código de Defesa do Consumidor em conjunto com a ANP regem as diretrizes que devem ser seguidas pelos fornecedores para não infringirem os direitos dos consumidores.

<sup>9</sup> O fenômeno das “Mutações Constitucionais” não representa uma mudança do texto constitucional em si, mas a mudança da interpretação de um dispositivo constitucional.

<sup>10</sup> Art.177, §2o, inciso I

## 5.1 A BOA FÉ NO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

Inicialmente, antes de analisar o mérito do princípio da boa fé no mercado de combustíveis, é de significativa importância explicar brevemente o que seria este princípio.

Na atual doutrina no Brasil existem duas espécies de boa fé. São elas a objetiva e a subjetiva. No âmbito consumerista, o princípio da boa fé objetiva ganha um maior destaque devido a sua presença como cláusula geral no Código de Defesa do Consumidor (GUGLINSKI, 2003).

Para Caldeira (2004, p. 194), a boa fé subjetiva representa à “ignorância” de uma pessoa acerca de um modificador ou impeditivo de seu direito.

Caldeira (2004, p. 194) ainda define a boa fé objetiva como sendo uma regra de conduta, um dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, com o objetivo de haver equilíbrio nas relações de consumo. Um equilíbrio contratual.

Com isso se tem que a boa fé objetiva remete a comportamentos como fidelidade e lealdade.

Adentrando no mérito dos mercados de combustíveis, se tem que o consumidor possui uma grande vulnerabilidade técnica tendo em vista que o mesmo não detém conhecimentos técnicos sobre os meios utilizados nos produtos disponíveis no mercado de combustíveis. Desta feita, o consumidor é uma figura amplamente vulnerável e hipossuficiente, acreditando fielmente na boa fé do fornecedor em agir conforme previsto em lei e em normas técnicas previstas pela ANP.

Portanto, ao adquirir estes produtos os consumidores se pautam na confiança de que houve boa fé nos serviços prestados pelo revendedor de combustíveis.

Ao violar o princípio da boa fé no referido mercado, os revendedores de combustíveis, além de desobedecerem aos princípios consumeristas, também infringem regras especificadas pela ANP. Determinadas violações desrespeitam a boa-fé contratual que deve reger todas as relações entre consumidores e agentes econômicos, tendo em vista que os destinatários finais (consumidores) confiam na lealdade e na qualidade dos combustíveis.

## 5.2 A PROTEÇÃO DA VIDA, SAÚDE E SEGURANÇA E RESPONSABILIDADE PELO FATO E VÍCIO DO PRODUTO/SERVIÇO NO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

O Código de Defesa do Consumidor prevê em seu art.

6º os direitos básicos dos consumidores. Entre eles podemos verificar a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

Tomando como base o art. 8º do CDC, verifica-se que os produtos não devem oferecer riscos à segurança e à saúde do consumidor além dos normais e previsíveis. Com isso, tem-se que o combustível adulterado é um produto perigoso uma vez que oferece riscos além dos normais e previsíveis.

A adulteração de combustíveis por ser perigosa, pode causar riscos à segurança e a vida do consumidor além dos que seriam normal e previsível. Este produto pode colocar em risco a vida do consumidor tendo em vista que o seu uso pode acarretar falhas mecânicas nos automóveis e conseqüentemente comprometendo a dirigibilidade do mesmo, fazendo com que o consumidor esteja mais suscetível a acidentes. Além disso, o PROCON do Rio de Janeiro adverte que o uso deste produto viciado acarreta em um aumento significativo na poluição do meio ambiente e conseqüentemente aumentando os riscos à saúde pública.

Deve-se lembrar de que o Código de Defesa do Consumidor prevê em seu art. 12º que o fornecedor deve responder pelo fato do produto, ou seja, deverá responder pelos acidentes de consumo que dele decorrerem.

Por sua vez, no que tange aos serviços no mercado de combustíveis – mais especificamente os serviços prestados pelos postos- é de salutar importância destacar que o fornecedor de serviços responderá independente de culpa, pela reparação de danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação do mesmo. Entretanto, o Código de Defesa do Consumidor prevê em seu art.12º que o fornecedor do serviço poderá se eximir da responsabilidade caso consiga provar que o defeito inexistiu ou que ele é decorrente de uma culpa exclusiva do consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor ainda trouxe previsões sobre a responsabilidade pelo vício dos produtos. O art. 18 do referido Código destaca que o fornecedor do produto responderá solidariamente por produtos com vícios que os tornem impróprios para consumo. O parágrafo 6º do já mencionado artigo enfatiza em seu inciso II que os produtos adulterados são impróprios para uso e consumo.

Analisando pelo viés do fato do produto, deve-se destacar que o fornecedor deverá responder pelos acidentes de consumo que dele decorrerem.

Com isso, tem-se que a gasolina adulterada é produto impróprio, uma vez que não atendeu às normas regulamentares referentes à sua produção e comercialização.

Se esta gasolina ou mesmo outro combustível apenas está numa situação de desconformidade, há o vício do produto, mas se ela, para além da desconformidade,

também resulta em dano para a saúde e vida do consumidor, causando o acidente de consumo, há a responsabilidade pelo fato do produto.

Portanto, nota-se que a proteção da vida, saúde e segurança e responsabilidade pelo fato e vício do produto no mercado de combustíveis são resguardadas pelo Código de Defesa do Consumidor além de possíveis sanções de natureza administrativa, civil e penal para os responsáveis pelo vício do produto.

### 5.3 INFORMAÇÃO E PUBLICIDADE NO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

É sabido que a publicidade encontra-se normatizada no Código de Defesa do consumidor por meio de princípios bastante abrangentes, de forma que busque uma maior segurança jurídica ao consumidor.

O atual Código de defesa do Consumidor brasileiro regulamentou apenas a chamada publicidade comercial, a qual encontra como definição qualquer informação de caráter publicitário ou técnicas mercadológicas com o intuito de divulgação e aquisição, direta ou indireta (publicidade promocional ou institucional) de bens e serviços (art. 37 do CDC).

O parágrafo segundo<sup>11</sup> deste mesmo artigo institui para as relações de consumo uma verdadeira cláusula geral de não abusividade. De acordo com Dias (2010, p.318), abusividade neste contexto implica em violação aos valores da coletividade assegurados em nosso ordenamento jurídico, vedando ao julgador uma análise puramente subjetiva individual e descontextualizada da mensagem publicitária. As técnicas publicitárias que, embora não previstas de modo específico no CDC, também estão sujeitas ao controle de ilicitude.

Dias (2010, p.319) destaca que a responsabilidade civil na publicidade tem pressupostos do dever de indenizar como caráter punitivo, o fornecedor anunciante e a agência de publicidade respondem objetiva e solidariamente pelos danos decorrentes da publicidade ilícita.

A parte ofertante, ao inserir seus produtos ou serviços no mercado, deve utilizar-se de informações verdadeiras para os consumidores, informações que sejam capazes de “retratar a verdadeira realidade daquilo que está sendo divulgado”.

As penas previstas para aqueles que violarem as normas publicitárias contidas no Código de Defesa do Consumidor encontram-se previstas no mesmo código,

mais precisamente nos artigos 66,67 e 68.

No que diz respeito a informações no mercado de combustíveis, o Código de Defesa do Consumidor em seu art.6º, III classifica como direito básico do consumidor a informação adequada e clara, bem como as suas devidas especificações, assim como os riscos que o produto pode oferecer. Para Silva (2005), o que está previsto no Código não seria a exigência de uma simples informação, mas sim de uma “informação qualificada” tendo em vista que esta tem de ser clara, precisa, compreensível e adequada.

De forma a complementar a proteção do consumidor no que diz respeito a informações no mercado de consumo, surgiu o decreto 5903/96 o qual dispõe sobre as práticas infracionais que atentam contra o direito básico do consumidor de obter informação adequada e clara sobre produtos e serviços, previstos no Código de Defesa do Consumidor.

Entre as proteções trazidas pelo decreto em coerência com o Código de Defesa do Consumidor tem-se: a exigência de que os preços de produtos e serviços deverão ser informados adequadamente, de modo a garantir ao consumidor a correção, clareza, precisão, ostensividade e legibilidade das informações prestadas; a forma na qual os preços devem ficar visíveis; Violações que configuram infrações ao direito básico do consumidor à informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, sujeitando o infrator às penalidades previstas Código de Defesa do Consumidor, entre outras.

Diante das inúmeras informações que devem ser viabilizadas no mercado de combustíveis, tem-se a obrigatoriedade do revendedor a informar ao consumidor, de forma clara e ostensiva, a origem do combustível comercializado. Os postos de bandeira branca devem identificar, de forma destacada e de fácil visualização pelos consumidores, em cada bomba abastecedora, o distribuidor fornecedor do respectivo combustível.

Adentrando no viés da oferta, aumentam-se as previsões feitas pelo legislador de forma a fornecer maior segurança ao consumidor. Os arts. 30 e 31 do Código de Defesa do Consumidor trazem que todas as informações ou publicidade veiculadas obrigam o fornecedor a utilizar na íntegra nos contratos que vierem a ser celebrados. Ressalta-se ainda que as ofertas devam assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características,

<sup>11</sup> Art.37[...] § 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam a saúde e segurança dos consumidores.

Desta feita, é notória a singular importância da informação e publicidade no mercado de combustíveis para a proteção do consumidor nesse mercado onde o consumidor é amplamente vulnerável a ser vítima de atividades ilícitas com grande frequência.

#### 5.4 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS E PENAIS E O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

Conforme já exposto anteriormente, o consumidor do mercado de combustíveis é extremamente vulnerável, pois não possui condições de saber se o produto o qual está consumindo é de boa qualidade ou não, confiando-se na boa fé por parte do fornecedor.

Devido a este fato, a intensificação da fiscalização por parte do Estado, do PROCON e da ANP é de extrema importância assim como a imposição de fortes sanções administrativas. Porém, é de grande estima lembrar que a punição administrativa não extingue as punições nas esferas civil e penal.

No que diz respeito a sanções no âmbito administrativo, o Código de Defesa do Consumidor previu que a União, Estados e o Distrito Federal nas suas áreas de atuação administrativa, baixando normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo. Devido a este fato, surgiu a Lei 9.847/99 que dispõe sobre a função da ANP de fiscalizar a atividade de revenda de combustíveis está de acordo com o viés consumerista para a aplicação de sanções administrativas<sup>1213</sup> no que diz respeito ao mercado de combustíveis. O objetivo desta lei é manter o funcionamento correto do abastecimento nacional de combustíveis, garantindo segurança, qualidade e promoção da concorrência e da eficiência econômica prevendo as sanções administrativas, civis e penais a que estão sujeitos os infratores das normas legais que regulam a atividade de revenda. Ressalta-se que a referida lei está apenas em complementariedade ao Código de Defesa do Consumidor, uma vez que a mesma tem o intuito de estabelecer de forma mais clara as possíveis sanções administrativas para aqueles que violarem os direitos consumeristas.

Diante do exposto, tem-se que dentre as vedações legais, a adulteração de combustíveis e a venda de produtos em desconformidade com a bandeira ostentada pelo posto revendedor constituem modalidades de ilícitos administrativos às quais estão sujeitas a sanções previstas pelo art. 56 do Código de Defesa do Consumidor.

No âmbito penal, o Código de Defesa do Consumidor prevê (art.61, CDC) que os crimes contra as relações de consumo nele previstos, não acarretam prejuízos ao disposto no Código Penal e leis especiais.

Diante do exposto, é possível notar no Código de Defesa do Consumidor diversas infrações penais que se aplicam ao mercado de combustíveis. Podemos encontrar essas infrações entre os art. 63 ao76 do Código de Defesa do Consumidor.

Dentre estes artigos, destacam-se no mercado de combustíveis os arts. 63 ao 66. Tendo em vista que o já mencionado mercado comercializa produtos de alto grau de periculosidade, o Código de Defesa do Consumidor prevê como infração penal a falta de publicidade deste fator. O referido código também caracteriza como infração penal a sua não comunicação às autoridades competentes bem como aos consumidores, caso seja descoberto algum fator (adulteração, por exemplo) após a colocação do produto no mercado.

Ainda no que tange à periculosidade do mercado de combustíveis bem como as suas infrações penais, a execução de serviços neste mercado não pode contrariar as determinações das autoridades competentes sob pena de detenção de seis meses a dois anos e multa.

Através de uma breve análise hermenêutica do art. 66 do Código de Defesa do Consumidor, observa-se a sua grande relevância para o mercado de combustíveis uma vez que ele eleva ao nível de infração penal a omissão de informações relevantes sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho e durabilidade. Nota-se que no mercado de combustíveis, muitas dessas características se encaixam no crime de adulteração de combustíveis. Desta forma, além das sanções administrativas há a aplicação de sanções penais para o mencionado crime, ambas com previsão no Código de Defesa do Consumidor.

Por fim, cabe destacar mais uma vez que as punições previstas pelo Código de Defesa do Consumidor não extinguem as punições nas esferas civil e penal.

<sup>12</sup> As sanções administrativas previstas na Lei 9.847/99 são: multa, apreensão de bens e produtos, perdimento dos produtos apreendidos, cancelamento do registro do produto junto à ANP, suspensão do fornecimento de produtos, suspensão temporária, total ou parcial, do funcionamento de estabelecimento ou instalação, cancelamento de registro de registro de estabelecimento ou instalação e revogação de autorização para exercício da atividade (art. 2º e incisos).

<sup>13</sup> As sanções administrativas previstas pela Lei 9847/99 estão em consonância com as Sanções Administrativas previstas pelo Código de Defesa do Consumidor.

## 5.5 TUTELA PROCESSUAL E O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS

Devido aos danos frequentes gerados ao consumidor e, conseqüentemente, à sociedade, assim como necessidade de aplicação de sanções conforme supra-mencionado, é comum verificar-se ações civis públicas referentes ao mercado de combustíveis.

Os Ministérios Públicos Estaduais são os maiores responsáveis por elas onde buscam destacar por meio de constatações práticas abusivas no mercado de combustíveis como a formação de cartéis por exemplo. Fria-se que a atuação do Ministério Público nestas ações é legitimada no Código de Defesa do Consumidor através do seu art. 91.

O Código de Defesa do Consumidor também previu que após a propositura da ação, será publicado edital para que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes.

O já supracitado Código também trouxe previsão sobre a execução. O art. 98 do mencionado código trouxe que a execução poderá ser coletiva, sendo promovida pelos legitimados<sup>14</sup> e abrangendo as vítimas cujas indenizações já tiverem sido fixadas em sentença de liquidação, sem prejuízo do ajuizamento de outras execuções.

Outra hipótese em que se é comum verificar ações civis públicas no mercado de combustíveis é quando se nota adulteração nos combustíveis, ou seja, quando o produto se encontra em condições incompatíveis com as normas regulamentares.

Destaca-se que a tutela processual tem como uma de suas características a defesa de direito difusos. Tomando como base a Ação Civil Pública, nota-se que há um cuidado especial pela defesa do consumidor quando comparado com outros direitos difusos.

Desta feita, ao se analisar a responsabilização por danos causados aos consumidores vítimas de adulteração no mercado de combustíveis, percebe-se que não é um dano causado exclusivamente a um consumidor, mas sim à coletividade e prevendo este fato o Código consumerista trouxe em seu Capítulo II as Ações Coletivas para a defesa de interesses individuais homogêneos.

Nesses casos, conforme já mencionado e previsto no Código de Defesa do Consumidor, o Ministério Público possui legitimação para propor ações civis públicas,

uma vez que a defesa de direitos difusos é uma de suas atribuições.

Ainda é de salutar importância lembrar que no caso de ações devido à adulteração nos combustíveis, revendedor e fornecedor respondem solidariamente no processo.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Do ponto de vista do binômio fornecedor-consumidor, identificaram-se duas relações básicas no mercado de combustíveis: o consumidor enquanto destinatário final e comprador de combustíveis perante os revendedores varejistas; o consumidor enquanto consumidor de serviços prestados pelos postos de combustíveis.

Por meio deste trabalho, notou-se que o consumidor enquanto destinatário final e comprador de combustíveis perante os revendedores é significativamente vulnerável à formação de cartéis, preços abusivos, adulteração de combustíveis entre outras violações ao Código de Defesa do Consumidor e a normas da ANP.

Tem-se que o mercado de combustíveis representa o fim da cadeia de parte dos derivados de petróleo e do gás natural veicular, uma vez que, nesta etapa, ocorre a comercialização dessas mercadorias junto aos consumidores (destinatário final).

A incidência do princípio da boa-fé no mercado de combustíveis é de significativa importância uma vez que o consumidor acredita fielmente na boa fé do fornecedor em agir conforme previsto em lei e em normas técnicas previstas pela ANP.

Verificou-se ainda por parte do legislador (art. 6, CDC) uma preocupação com a vida e saúde do consumidor segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos.

Visando fornecer uma maior quantidade de informações para o consumidor, a ANP passou a exigir por parte dos revendedores de combustíveis que algumas informações fossem expostas de maneira visível por parte do consumidor.

Por fim, conclui-se que é cabível a aplicação de sanções administrativas, civis e penais para aqueles que violassem as previsões contidas no Código de Defesa do Consumidor bem como as recomendações da ANP.

<sup>14</sup> Os legitimados a que se refere o artigo são aqueles previstos no art. 82 do Código de Defesa do Consumidor.



## REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA NACIONAL DE PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEL. **Cartilha do Posto Revendedor de Combustíveis**. Disponível em: <<http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CFcQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.anp.gov.br%2F%3Fdw%3D3796&ei=eznET8XdBlmm8QT61bXICw&usg=AFQjCNF5fOMQVGtkourLRHiz41puWZuZiQ>> Acesso em: 23 maio.2012.
- CALDEIRA, Mirella D'Angelo. A boa-fé objetiva como princípio norteador das relações de consumo. **Revista da Faculdade de Direito**, São Paulo, n. 2, p.193-217, 01 jan. 2004.
- DIAS, Lucia Ancona Lopez de Magalhães. **Critérios para avaliação da ilicitude na publicidade**. 2010. Tese (Doutorado) – Faculdade de Direito da USP, São Paulo, 2010.
- DIMOULIS, Dimitri; MARTINS, Leonardo. **Teoria Geral dos Direitos Fundamentais**. São Paulo: Revista Dos Tribunais, 2004.
- GUGLINSKI, Vitor Vilela. **O princípio da boa-fé como ponto de equilíbrio nas relações de consumo**. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/4706/o-principio-da-boa-fe-como-ponto-de-equilibrio-nas-relacoes-de-consumo>>. Acesso em: 24 maio 2012.
- MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **O Cartel de Combustíveis e a atuação do Ministério Público Federal**. Disponível em: <<http://3ccr.pgr.mpf.gov.br/institucional/grupos-de-trabalho/energia/documentacao-setorial/adulteracao-e-cartel-de-combustivel/Cartel%20de%20Combustiveis.pdf>> . Acesso em:23 maio.2012.
- NEGRÃO, Theotonio; GOUVÊA, José Roberto F. **Código Civil e legislação civil em vigor**. 28. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.
- PROCON RIO DE JANEIRO. **Responsabilidade pela adulteração dos combustíveis**. Disponível em: <<http://www.procon.rj.gov.br/adulteracao.html>>. Acesso em: 24 maio 2012.
- SILVA, Marcus Vinicius Fernandes Andrade da. **Dever de informação e autonomia da vontade no Código de Defesa do Consumidor**, 24 de março de 2005. Disponível em: <[http://www.escriorioonline.com/webnews/noticia.php?id\\_noticia=6146&](http://www.escriorioonline.com/webnews/noticia.php?id_noticia=6146&)>. Acesso em: 21 maio 2012.

