

José Augusto **Peres Filho**

COORDENAÇÃO

Renee do Ó **Souza**



Direito do Consumidor

2ª EDIÇÃO REVISTA, ATUALIZADA
E REFORMULADA



- O autor deste livro e a editora empenharam seus melhores esforços para assegurar que as informações e os procedimentos apresentados no texto estejam em acordo com os padrões aceitos à época da publicação, e todos os dados foram atualizados pelo autor até a data de fechamento do livro. Entretanto, tendo em conta a evolução das ciências, as atualizações legislativas, as mudanças regulamentares governamentais e o constante fluxo de novas informações sobre os temas que constam do livro, recomendamos enfaticamente que os leitores consultem sempre outras fontes fidedignas, de modo a se certificarem de que as informações contidas no texto estão corretas e de que não houve alterações nas recomendações ou na legislação regulamentadora.
- Fechamento desta edição: 03.05.2022
- O autor e a editora se empenharam para citar adequadamente e dar o devido crédito a todos os detentores de direitos autorais de qualquer material utilizado neste livro, dispondo-se a possíveis acertos posteriores caso, inadvertida e involuntariamente, a identificação de algum deles tenha sido omitida.
- **Atendimento ao cliente: (11) 5080-0751 | faleconosco@grupogen.com.br**
- Direitos exclusivos para a língua portuguesa
Copyright © 2022 by
Editora Forense Ltda.
Uma editora integrante do GEN | Grupo Editorial Nacional
Travessa do Ouvidor, 11 – Térreo e 6º andar
Rio de Janeiro – RJ – 20040-040
www.grupogen.com.br
- Reservados todos os direitos. É proibida a duplicação ou reprodução deste volume, no todo ou em parte, em quaisquer formas ou por quaisquer meios (eletrônico, mecânico, gravação, fotocópia, distribuição pela Internet ou outros), sem permissão, por escrito, da Editora Forense Ltda.
- Esta obra passou a ser publicada pela Editora Método | Grupo GEN a partir da 2ª edição.
- Esta obra, anteriormente designada “Resumo de Direito do Consumidor”, passou a ser intitulada “Direito do Consumidor” a partir da 2ª edição.
- Capa: Bruno Sales Zorzetto
- **CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO.**
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.

P51d
2. ed.

Peres Filho, José Augusto
Direito do consumidor / José Augusto Peres Filho; coordenação Renee do Ó Souza. – 2. ed., rev., ampl. e reform. – Rio de Janeiro: Método, 2022.
384 p.; 23 cm. (Método essencial)

Inclui bibliografia
ISBN 978-65-5964-558-9

1. Brasil. [Código de defesa do consumidor (1990)]. 2. Defesa do consumidor – Legislação – Brasil.
3. Serviço público – Brasil – Concursos. I. Souza, Renee do O. II. Título. III. Série.

22-77175

CDU: 34:366.542(81)

Meri Gleice Rodrigues de Souza – Bibliotecária – CRB-7/6439

Sumário

Capítulo 1

Introdução ao Direito do Consumidor	1
1.1 Breve histórico do Direito do Consumidor	1
1.2 Base constitucional do Direito do Consumidor	2
1.2.1 Direito do Consumidor como elemento do Direito Constitucional econômico.....	3
1.2.2 Ordem econômica e defesa do consumidor na Cons- tituição de 1988	3
1.2.3 Relação da defesa do consumidor com os fundamen- tos constitucionais	4
1.3 Características do Código de Defesa do Consumidor	6
1.3.1 Lei principiológica.....	7
1.3.2 Microsistema jurídico	7
1.3.3 Norma de ordem pública e interesse social	8
1.4 Fontes diversas do Direito do Consumidor (art. 7º).....	11
1.4.1 Diálogo das fontes	12

Capítulo 2

Relação jurídica de consumo.....	13
2.1 Conceituação de relação jurídica de consumo.....	13
2.2 Partes na relação de consumo	14
2.2.1 Consumidor	14
2.2.1.1 Destinatário final	15
2.2.1.2 Teoria Maximalista.....	16
2.2.1.3 Teoria Finalista	17
2.2.1.4 Teoria Finalista Aprofundada	18
2.2.1.5 Consumidor por equiparação.....	20
2.2.1.6 Pessoa jurídica de direito público como consumidora....	23
2.2.2 Fornecedor.....	24
2.2.2.1 Tipos de fornecedores.....	27

2.3 Objeto da relação de consumo	29
2.3.1 Produtos	29
2.3.2 Serviços	31
2.3.2.1 Serviços públicos como objetos da relação de consumo	37

Capítulo 3

Política Nacional de Relações de Consumo	41
3.1 Objetivos da Política Nacional de Relações de Consumo..	41
3.1.1 Atendimento das necessidades dos consumidores	42
3.1.2 Respeito à dignidade, saúde e segurança dos consumidores	43
3.1.3 Proteção dos interesses econômicos dos consumidores....	43
3.1.4 Transparência e harmonia das relações de consumo ...	44
3.2 Princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor.....	44
3.2.1 Princípio da transparência.....	44
3.2.2 Princípio da vulnerabilidade.....	45
3.2.3 Princípio da intervenção estatal (protecionismo, imperativo de ordem pública e interesse social).....	49
3.2.4 Princípio da harmonia.....	50
3.2.5 Princípio da boa-fé objetiva.....	51
3.2.6 Princípio do equilíbrio das relações de consumo	52
3.2.7 Princípio da educação e da informação.....	53
3.2.8 Princípio da qualidade, da segurança e da solução de conflitos por meios alternativos.....	54
3.2.9 Princípio da proibição e repressão de abusos.....	55
3.2.10 Princípio da racionalização e melhoria dos serviços públicos.....	56
3.2.11 Princípio do estudo constante das modificações do mercado de consumo	57
3.3 Instrumentos para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo.....	57
3.3.1 Manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.....	58
3.3.2 Instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público.....	58
3.3.3 Criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo	58

3.3.4	Criação de juizados especiais de pequenas causas e varas especializadas para a solução de litígios de consumo.....	59
3.3.5	Concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das associações de defesa do consumidor.....	60
3.3.6	Instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa natural.....	60
3.3.7	Instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de superendividamento.....	61
3.3.8	Rol meramente exemplificativo.....	61

Capítulo 4

Direitos básicos do consumidor.....	63
4.1 Considerações gerais sobre os direitos básicos do consumidor.....	63
4.2 Direito à proteção da vida, saúde e segurança.....	64
4.2.1 <i>Recall</i>	66
4.3 Direito à educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.....	68
4.4 Direito à informação.....	69
4.5 Direito à proteção contra práticas comerciais abusivas.....	71
4.6 Direito à modificação ou revisão de cláusulas contratuais abusivas.....	72
4.7 Direito à efetiva prevenção e reparação de danos.....	73
4.8 Direito do acesso à ordem jurídica.....	74
4.9 Direito à facilitação da defesa dos direitos do consumidor....	76
4.10 Direito à prestação adequada e eficaz dos serviços públicos...	79
4.11 Direito ao crédito responsável, à educação financeira e ao tratamento do superendividamento.....	80
4.12 Direito à preservação do mínimo existencial.....	81

Capítulo 5

Responsabilidade do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor.....	83
5.1 Proteção à vida, à saúde e à segurança do consumidor.....	83
5.1.1 Produtos e serviços que acarretam riscos normais e previsíveis.....	84

5.1.2	Produtos e serviços que acarretam elevado grau de nocividade ou periculosidade	85
5.1.3	<i>Recall</i>	86
5.1.4	Informação por parte de órgãos públicos	87
5.2	Responsabilidade pelo fato do produto	87
5.2.1	Conceito de fato do produto ou do serviço	87
5.2.2	Pressupostos para responsabilização objetiva do fornecedor pelo fato do produto	88
5.2.3	Defeito do produto	88
5.2.4	Tipos de defeitos dos produtos	90
5.2.5	Responsáveis pelos defeitos dos produtos	90
5.2.6	Causas excludentes da responsabilidade do fornecedor de produto	92
5.2.7	Caso fortuito e força maior.....	96
5.2.7.1	Fortuito interno.....	96
5.2.8	Conformidade do produto com normas imperativas ...	97
5.3	Responsabilidade pelo fato do serviço.....	98
5.3.1	Pressupostos para responsabilização objetiva do fornecedor pelo fato do serviço	99
5.3.2	Defeito do serviço.....	100
5.3.3	Causas excludentes da responsabilidade do fornecedor de serviço.....	101
5.3.4	Caso fortuito e força maior na prestação de serviço ...	104
5.3.5	Responsabilidade do profissional liberal	108
5.4	Responsabilidade pelo vício do produto e do serviço	109
5.4.1	Conceito	109
5.4.2	Tipos de vícios previstos no CDC.....	109
5.4.2.1	Vício de qualidade dos produtos (art. 18, <i>caput</i> , e § 6º, I e II).....	110
5.4.2.2	Vício de quantidade dos produtos (art. 19)	110
5.4.2.3	Vício de qualidade dos serviços (art. 20, <i>caput</i> , e § 2º)....	110
5.4.2.4	Vício de quantidade de serviços (arts. 18, <i>caput</i> , e 20, <i>caput</i>)	111
5.4.3	Responsabilidade pelos vícios	112
5.4.4	Casos de vícios de qualidade de produtos não sanados	113
5.4.5	Produtos impróprios para o consumo	117
5.5	Casos de vícios de quantidade de produtos não sanados ...	118
5.5.1	Casos de vícios do serviço não sanados	119
5.5.2	Serviços impróprios para o consumo.....	121

5.5.3	Causas de exclusão da obrigação de indenizar no caso de vício do produto ou do serviço	121
5.6	Reparo de produtos	121
5.7	Relação de consumo no serviço público.....	122
5.7.1	Serviço adequado.....	123
5.7.2	Serviço eficiente	124
5.7.3	Serviço seguro.....	124
5.7.4	Serviço essencial	125
5.7.5	Serviço contínuo.....	126
5.7.6	Corte no fornecimento de serviço público essencial ...	127
5.8	Ignorância do fornecedor quanto aos vícios.....	128
5.9	Garantia do produto ou do serviço.....	128
5.10	Obrigação de indenizar.....	132
5.10.1	Responsabilidade solidária	133

Capítulo 6

Decadência e prescrição	135	
6.1	Decadência.....	135
6.1.1	Prazos decadenciais.....	136
6.1.2	Vício aparente e de fácil constatação	136
6.1.3	Início da contagem do prazo.....	137
6.1.4	Vício oculto.....	138
6.1.5	Situações que obstam a decadência	139
6.1.5.1	Reclamação perante o fornecedor.....	140
6.1.5.2	Instauração de inquérito civil.....	141
6.1.5.3	Dispositivo vetado.....	144
6.2	Prescrição	145
6.2.1	Início da contagem do prazo prescricional no CDC	145
6.2.2	Especificidade da regra do art. 27 do CDC	147

Capítulo 7

Desconsideração da personalidade jurídica.....	151	
7.1	Hipóteses de desconsideração da personalidade jurídica ...	152
7.2	Responsabilidade dos grupos de sociedades.....	153
7.3	Teorias da desconsideração da personalidade jurídica quanto aos pressupostos da incidência	154

7.4	Desconsideração no Código Civil de 2002	155
7.5	Conceito de desvio de finalidade	156
7.6	Conceito de confusão patrimonial	157
7.7	Desconsideração da personalidade jurídica no processo ..	158
7.8	Desconsideração inversa da personalidade jurídica	160

Capítulo 8

Práticas comerciais.....	161
8.1 Considerações introdutórias	161
8.2 Oferta	162
8.2.1 Informação e publicidade	162
8.2.2 Princípio da vinculação da oferta.....	163
8.2.3 Integração da oferta ao contrato	164
8.2.4 Erro na oferta	165
8.2.5 <i>Puffing</i>	165
8.2.6 Qualidade das informações na oferta e apresentação de produtos ou serviços	166
8.2.7 Oferta de componentes e peças de reposição	167
8.2.8 Informações necessárias em casos de oferta ou ven- da por telefone ou reembolso postal.....	169
8.2.9 Responsabilidade solidária por atos dos prepostos.....	170
8.2.10 Não cumprimento da oferta	170
8.3 Publicidade no Código de Defesa do Consumidor.....	172
8.3.1 Publicidade <i>versus</i> propaganda	172
8.3.2 Princípios norteadores da publicidade, de acordo com o CDC.....	173
8.3.2.1 Princípio da boa-fé	173
8.3.2.2 Princípio da transparência	175
8.3.2.3 Princípio da identificação da publicidade.....	175
8.3.2.4 Princípio da vinculação da oferta	176
8.3.2.5 Princípio da isonomia.....	176
8.3.3 Publicidade enganosa.....	177
8.3.4 Publicidade abusiva	179
8.4 Práticas abusivas	180
8.5 Orçamento para realização de serviços	193
8.6 Controle ou tabelamento de preços	194
8.7 Cobrança de dívidas	195

8.8	Bancos de dados e cadastros de consumidores.....	199
8.8.1	Características dos dados e prazo de armazenamento de dados negativos	200
8.8.2	Comunicação ao consumidor	201
8.8.3	Correção das informações.....	203
8.8.4	Caráter público.....	203
8.8.5	Vedação de repasse de informações após prescrição da dívida	204
8.8.6	Disponibilização das informações	204
8.8.7	Cadastro positivo	205
8.8.8	Conceito de cadastro positivo.....	205
8.8.9	Finalidade do cadastro positivo	205
8.8.10	Inscrição no cadastro positivo.....	206
8.9	Cadastro de reclamações fundamentadas	206

Capítulo 9

	Proteção contratual.....	209
9.1	Noções gerais sobre o disciplinamento dos contratos no Código de Defesa do Consumidor	209
9.1.1	Nova concepção dos contratos e o CDC.....	210
9.2	Princípios dos contratos no Código de Defesa do Consumidor.....	211
9.2.1	Equilíbrio contratual	211
9.2.2	Confiança e transparência.....	212
9.2.3	Interpretação mais favorável	212
9.2.4	Vinculação à oferta	213
9.2.5	Conservação do contrato	213
9.3	A formação do contrato de consumo.....	213
9.3.1	Interpretação mais favorável ao consumidor.....	214
9.3.2	Vinculação a declarações de vontade constantes em escritos, recibos e pré-contratos	214
9.4	Direito de arrependimento	215
9.5	Garantia contratual.....	216
9.6	Cláusulas contratuais abusivas	218
9.6.1	Princípio da preservação do contrato.....	236
9.6.2	Direito de representação.....	237
9.7	Outorga de crédito	238

9.7.1	Requisitos prévios sobre informações	238
9.7.2	Limitação da multa de mora.....	239
9.7.3	Liquidação antecipada, com redução de valores.....	240
9.7.4	Cláusulas de perdimento ou decaimento.....	240
9.7.5	Consórcios de produtos duráveis	241
9.8	Contratos de adesão	242
9.8.1	Aspectos formais dos contratos de adesão.....	244
9.8.2	Revisão contratual por onerosidade excessiva super-veniente.....	245

Capítulo 10

Prevenção e tratamento do superendividamento	249
10.1 Conceito de superendividamento	249
10.2 Superendividamento doloso.....	250
10.3 Informações essenciais no fornecimento de crédito e na venda a prazo.....	252
10.4 Proibições na oferta	253
10.5 Deveres do fornecedor na oferta de crédito	254
10.6 Contratos conexos.....	255
10.7 Práticas abusivas vedadas na concessão de crédito	258

Capítulo 11

Proteção administrativa das relações de consumo	261
11.1 Sanções administrativas	264
11.2 A pena de multa	266
11.3 Penalidades para casos de vícios de quantidade ou de qualidade.....	267
11.4 Casos de reincidência.....	268
11.5 Contrapropaganda.....	269

Capítulo 12

Infrações penais.....	271
12.1 As relações de consumo como bem jurídico penal	271
12.1.1 Especificação da matéria	271
12.1.2 Harmonização com as normas penais já existentes	272

12.1.3	Motivos para um tratamento penal específico	272
12.2	Sujeito ativo dos crimes contra as relações de consumo...	273
12.3	Sujeito passivo dos crimes contra as relações de consumo...	274
12.4	Relação entre o Código Penal e a proteção ao consumidor...	275
12.5	Infrações penais de consumo: crimes de resultado ou crimes de perigo?.....	275
12.6	Responsabilidade penal da pessoa jurídica	276
12.7	Crimes contra as relações de consumo em espécie.....	276
12.7.1	Omissão de informação a consumidores	276
12.7.1.1	Bem jurídico tutelado	277
12.7.1.2	Sujeito ativo	277
12.7.1.3	Sujeito passivo.....	277
12.7.1.4	Elemento objetivo do tipo	278
12.7.1.5	Elemento subjetivo do tipo	281
12.7.2	Omissão de comunicação da nocividade de produtos.....	281
12.7.2.1	Bem jurídico tutelado	282
12.7.2.2	Sujeito ativo	282
12.7.2.3	Sujeito passivo.....	283
12.7.2.4	Elemento objetivo do tipo	283
12.7.2.5	Elemento subjetivo do tipo	284
12.7.3	Execução de serviço de alto grau de periculosidade....	284
12.7.3.1	Bem jurídico tutelado	284
12.7.3.2	Sujeito ativo	285
12.7.3.3	Sujeito passivo.....	285
12.7.3.4	Elemento objetivo do tipo	286
12.7.3.5	Elemento subjetivo do tipo	287
12.7.4	Oferta não publicitária enganosa	288
12.7.4.1	Bem jurídico tutelado	288
12.7.4.2	Sujeito ativo	289
12.7.4.3	Sujeito passivo.....	290
12.7.4.4	Elemento objetivo do tipo	291
12.7.4.5	Elemento subjetivo do tipo	292
12.7.5	Publicidade enganosa ou abusiva.....	292
12.7.5.1	Bem jurídico tutelado	292
12.7.5.2	Sujeito ativo	293
12.7.5.3	Sujeito passivo.....	294
12.7.5.4	Elemento objetivo do tipo	294
12.7.5.5	Elemento subjetivo do tipo	295

12.7.6	Indução a comportamento prejudicial ou perigoso.....	296
12.7.6.1	Bem jurídico tutelado	296
12.7.6.2	Sujeito ativo	297
12.7.6.3	Sujeito passivo.....	297
12.7.6.4	Elemento objetivo do tipo	298
12.7.6.5	Elemento subjetivo do tipo	298
12.7.7	Publicidade sem base fática, técnica ou científica.....	298
12.7.7.1	Bem jurídico tutelado	298
12.7.7.2	Sujeito ativo	299
12.7.7.3	Sujeito passivo.....	299
12.7.7.4	Elemento objetivo do tipo	299
12.7.7.5	Elemento subjetivo do tipo	300
12.7.8	Troca de peças usadas sem autorização.....	300
12.7.8.1	Bem jurídico tutelado	300
12.7.8.2	Sujeito ativo	300
12.7.8.3	Sujeito passivo.....	301
12.7.8.4	Elemento objetivo do tipo	301
12.7.8.5	Elemento subjetivo do tipo	302
12.7.9	Cobrança abusiva de dívidas	302
12.7.9.1	Bem jurídico tutelado	302
12.7.9.2	Sujeito ativo	302
12.7.9.3	Sujeito passivo.....	303
12.7.9.4	Elemento objetivo do tipo	303
12.7.9.5	Elemento subjetivo do tipo	305
12.7.10	Impedimento de acesso a cadastros e banco de dados.....	305
12.7.10.1	Bem jurídico tutelado	305
12.7.10.2	Sujeito ativo	306
12.7.10.3	Sujeito passivo.....	307
12.7.10.4	Elemento objetivo do tipo	307
12.7.10.5	Elemento subjetivo do tipo	307
12.7.11	Omissão de correção de informações em bancos de dados e cadastros	308
12.7.11.1	Bem jurídico tutelado	308
12.7.11.2	Sujeito ativo	308
12.7.11.3	Sujeito passivo.....	309
12.7.11.4	Elemento objetivo do tipo	309
12.7.11.5	Elemento subjetivo do tipo	309

12.7.12	Omissão de entrega do termo de garantia	310
12.7.12.1	Bem jurídico tutelado	310
12.7.12.2	Sujeito ativo	311
12.7.12.3	Sujeito passivo.....	311
12.7.12.4	Elemento objetivo do tipo	311
12.7.12.5	Elemento subjetivo do tipo	312
12.8	Individualização da pena	312
12.9	Circunstâncias agravantes.....	313
12.10	Valor da pena pecuniária	314
12.11	Penas cumuladas ou alternadas.....	315
12.12	Fiança.....	315
12.13	Assistência e ação penal subsidiária.....	316

Capítulo 13

Defesa do consumidor em juízo.....	317
13.1 Interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos	318
13.1.1 Interesses ou direitos difusos	319
13.1.2 Interesses ou direitos coletivos em sentido estrito	320
13.1.3 Interesses ou direitos individuais homogêneos.....	320
13.2 Legitimidade ativa para a propositura de ações coletivas..	321
13.3 Legitimidade passiva	326
13.4 Ações coletivas para a defesa de interesses dos consumidores	326
13.4.1 A ação civil pública.....	327
13.4.1.1 Base constitucional	327
13.4.1.2 Competência.....	328
13.4.1.3 Tutela cautelar	329
13.4.1.4 Litisconsórcio e assistência	330
13.4.1.5 Recursos	331
13.4.1.6 Obrigatoriedade da execução.....	331
13.4.1.7 Sanções de natureza processual	332
13.4.1.8 Fundo para a reconstituição dos bens lesados	333
13.5 Ações para cumprimento de obrigação de fazer ou não fazer	333
13.5.1 Tutela específica e conversão em perdas e danos.....	333
13.5.2 Tutela liminar	334
13.5.3 Astreinte.....	335
13.5.4 Medidas garantidoras do resultado da decisão judicial....	335

13.5.5 Honorários de advogados, custas e despesas processuais.....	336
13.5.6 Impossibilidade de denunciação da lide.....	337
13.6 Ações coletivas para a defesa de interesses individuais homogêneos.....	338
13.6.1 Legitimidade ativa	338
13.6.2 Competência	338
13.6.3 Edital e intervenção de interessados	339
13.6.4 Liquidação e execução	339
13.7 Ações de responsabilidade do fornecedor de produtos e serviços	342
13.8 Coisa julgada	344
13.8.1 Coisa julgada em ação para a defesa de interesses difusos.....	344
13.8.2 Coisa julgada em ação para a defesa de interesses coletivos em sentido estrito.....	344
13.8.3 Coisa julgada em ação para a defesa de interesses individuais homogêneos.....	345
13.8.4 Coisa julgada em ações individuais quando propostas ações coletivas.....	346

Capítulo 14

Da conciliação no superendividamento.....	347
14.1 Processo de repactuação de dívidas.....	347
14.2 Dívidas excluídas do processo de repactuação.....	348
14.3 Não comparecimento do credor.....	348
14.4 Plano de pagamento.....	348
14.5 Processo de superendividamento	349
14.6 Processo de repactuação de dívidas perante órgãos do SNDC.....	351

Capítulo 15

Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e convenção coletiva de consumo	353
15.1 Órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor ...	353
15.2 Convenção coletiva de consumo.....	355
Referências	357