

CÓDIGO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

*Comentado pelos autores do Anteprojeto do
CDC e da Lei do Superendividamento*

DIREITO MATERIAL E PROCESSO COLETIVO
— VOLUME ÚNICO —

13^a
edição

revista,
atualizada
e ampliada



■ 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: 15.06.2022

■ 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.

■ Capa: Danilo Oliveira

■ **CIP – BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE.
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ.**

Código brasileiro de defesa do consumidor / Ada Pellegrini Grinover ... [et al.]; colaboração Vicente Gomes de Oliveira Filho, João Ferreira Braga. – 13. ed. – Rio de Janeiro: Forense, 2022.

Inclui bibliografia e índice
ISBN 978-65-5964-544-2

1. Brasil. [Código de defesa do consumidor (1990)]. 2. Defesa do consumidor - Legislação - Brasil. I. Grinover, Ada Pellegrini. II. Oliveira Filho, Vicente Gomes de. II. Braga, João Ferreira.

22-77539

CDU: 34:366(81)(094.4)

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

ÍNDICE SISTEMÁTICO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

INTRODUÇÃO

<i>Ada Pellegrini Grinover e Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin</i>	1
I – TRABALHOS DE ELABORAÇÃO – ANTEPROJETO DE CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	1
1. Escorço histórico.....	1
2. Os vetos presidenciais	2
II – VISÃO GERAL DO CÓDIGO	3
1. A necessidade de tutela legal do consumidor	3
2. O modelo intervencionista estatal.....	4
3. A base constitucional do Código.....	4
4. Código ou lei?.....	5
5. A importância da codificação	5
6. As fontes de inspiração.....	5
7. Estrutura básica do Código	6
8. Projetos de atualização	6

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Título I DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

<i>José Geraldo Brito Filomeno</i>	9
1. Código do Consumidor: antes de tudo, uma filosofia de ação.....	9
2. Desfazimento de mitos e direitos básicos.....	10
3. Microsistema jurídico de caráter inter e multidisciplinar	11
4. Consumo sustentável.....	11

5. O <i>Superendividamento</i> : Lei Federal nº 14.181, de 1º-7-2021	11
5.1 Conceitos e tipos de <i>superendividamento</i>	12
5.2 Inspiração legislativa	14
5.3 Fim da insolvência civil omitida	15

Capítulo I
Disposições Gerais

<i>José Geraldo Brito Filomeno</i>	17
Art. 1º	17
[1] Fundamento constitucional.....	17
Art. 2º	25
[1] Conceito de consumidor.....	25
[2] A coletividade de consumidores	40
Art. 3º	43
[1] Conceito de fornecedor.....	44
[2] Produto como objeto das relações de consumo.....	46
[3] Serviços como objeto das relações de consumo	47
[4] Relações locatícias.....	56
[5] Relações trabalhistas.....	57

Capítulo II
Da Política Nacional de Relações de Consumo

<i>José Geraldo Brito Filomeno</i>	61
Art. 4º	61
[1] Política Nacional de Relações de Consumo	62
[2] Vulnerabilidade do consumidor	63
[3] Ação governamental.....	64
[4] Harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores.....	67
[5] Educação e informação	72
[6] Controle de qualidade e mecanismos de atendimento pelas próprias empresas ...	74
[7] Conflitos de consumo e juízo arbitral	76
[8] Coibição e repressão de abusos no mercado	83
[9] Racionalização e melhoria dos serviços públicos.....	86
[10] Estudo das modificações do mercado.....	91
[11] Educação financeira e ambiental	92

[12] Prevenção e tratamento do <i>superendividamento</i>	92
Art. 5º	93
[1] Instrumentos para execução da Política Nacional das Relações de Consumo: a assistência jurídica integral.....	93
[2] Promotorias de justiça de defesa do consumidor	96
[3] Delegacias especializadas.....	103
[4] Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas.....	104
[5] Associações de consumidores	107
[6] Mecanismos judicial e extrajudicial de prevenção e tratamento do <i>superendividamento</i>	109
[7] Instituição de núcleos de conciliação e mediação de conflitos oriundos de <i>superendividamento</i>	111
[8] Órgãos de atendimento da União, Estados, Distrito Federal e Municípios – <i>Vetado</i> ...	111
[9] Fiscalização de preços pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios – <i>Vetado</i> ...	111

Capítulo III
Dos Direitos Básicos do Consumidor

<i>José Geraldo Brito Filomeno</i>	113
Art. 6º	113
[1] Direitos do consumidor	114
[2] Proteção da vida, saúde e segurança.....	119
[3] Educação do consumidor	119
[4] Informação sobre produtos e serviços	120
[5] Publicidade enganosa e abusiva, práticas comerciais condenáveis	120
[6] Cláusulas contratuais abusivas	121
[7 e 8] Prevenção e reparação de danos individuais e coletivos e acesso à justiça.....	122
[9] A inversão do ônus da prova	123
[9a] Verossimilhança	128
[9b] Hipossuficiência.....	129
[10] Participação dos consumidores na formulação de políticas que os afetem	131
[11] Prestação de serviços públicos	133
[11a] Serviços públicos <i>uti universi</i>	137
[12] Garantias de práticas de crédito responsável, educação financeira, prevenção e tratamento de situações de <i>superendividamento</i> preservando-se o <i>mínimo existencial</i>	141

[13] Preservação do <i>mínimo existencial</i> na repactuação de dívidas e concessão de crédito.....	142
[14] Informações de preços por unidades de medida, volume, peso.....	142
[15] No evento intitulado “Ministério Público e a Comunidade – Encontro dos Promotores de Justiça das Pessoas Portadoras de Deficiência e as Organizações de Atendimento”	142
Art. 7º	143
[1] Fontes dos direitos do consumidor	143
[2] Regulamentação do Código do Consumidor.....	145
[3] Solidariedade em face dos danos infligidos	146

Capítulo IV
Da Qualidade de Produtos e Serviços,
da Prevenção e da Reparação dos Danos

<i>Zelmo Denari</i> (Segmento atualizado por José Geraldo Brito Filomeno)	147
<i>Seção I – Da proteção à saúde e segurança</i>	147
1. A saúde e a segurança dos consumidores.....	147
Art. 8º	149
[1] Riscos à saúde e segurança	150
[2] Deveres do fabricante	150
Art. 9º	151
[1] Nocividade e periculosidade	151
[2] Natureza da informação.....	152
Art. 10	152
[1] Alto grau de nocividade ou periculosidade.....	153
[2] Nocividade futura	153
[3] Divulgação	154
Art. 11	154
<i>Seção II – Da responsabilidade pelo fato do produto e do serviço</i>	155
1. Relação de consumo e de responsabilidade	155
2. Modelos de responsabilidade	156
3. Responsabilidade por danos.....	157
4. Responsabilidade objetiva	158
Art. 12	160
[1] Responsáveis.....	160

[2] Responsabilidade e seus elementos	162
[3] Tipologia dos defeitos	162
[4] Produtos defeituosos	163
[5] Riscos de desenvolvimento.....	164
[6] Inovações tecnológicas.....	165
[7] Causas excludentes	165
[8] Caso fortuito e força maior.....	167
Art. 13.....	168
[1] Responsabilidade do comerciante	168
[2] Direito de regresso.....	169
Art. 14.....	169
[1] Danos no fornecimento de serviços.....	170
[2] Serviço defeituoso.....	171
[3] Responsabilidade objetiva e causas excludentes	171
[4] Serviços públicos.....	172
[5] Profissionais liberais	172
Art. 15.....	174
Art. 16.....	174
Art. 17.....	175
[1] Propagação do dano	175
<i>Seção III – Da responsabilidade por vício do produto e do serviço.....</i>	176
1. Responsabilidade por vício.....	176
Art. 18.....	179
[1] Sujeição passiva	180
[2] Vício de qualidade.....	180
[3] A disciplina das sanções.....	181
[4] Redução ou ampliação do prazo de saneamento.....	182
[5] Imediatização das reparações.....	183
[6] Produtos <i>in natura</i>	183
Art. 19.....	184
[1] Vícios de quantidade	184
[2] Sanções alternativas	185

Art. 20	185
[1] Vícios do serviço	185
[2] Serviços e danos morais.....	186
[3] Reexecução por terceiros	187
Art. 21	187
[1] Consertos e reparações.....	187
Art. 22	187
[1] Responsabilidade do Poder Público	187
[2] Continuidade dos serviços	188
[3] Falta do serviço público	189
[4] Teoria do risco.....	190
[5] Causas excludentes	191
Art. 23	191
[1] Ignorância dos vícios.....	191
Art. 24	191
[1] Garantia de boa qualidade.....	191
Art. 25	192
[1] Cláusulas de exoneração	192
[2] Responsáveis solidários.....	192
<i>Seção IV – Da decadência e da prescrição</i>	193
1. Direitos subjetivos: noção.....	193
2. A decadência e a prescrição.....	193
3. Decadência na construção civil	194
Art. 26	196
[1] Alcance terminológico	196
[2] Prazos decadenciais	196
[3] Termo inicial de decadência	199
[4] Vícios ocultos e decadência	199
[5] Causas obstativas.....	201
[6] Inteligência do veto.....	201

Art. 27	201
[1] Responsabilidade por danos e prescrição.....	202
[2] Suspensão da prescrição.....	203
<i>Seção V – Da desconsideração da personalidade jurídica</i>	203
1. Antecedentes doutrinários.....	203
2. Antecedentes legislativos.....	204
3. Considerações finais.....	205
Art. 28	206
[1] Hipóteses materiais de incidência.....	206
[2] Pressupostos inéditos.....	207
[3] Faculdade do juiz.....	207
[4] Legitimidade passiva.....	207
[5] Agrupamentos societários.....	208
[6] Sociedades consorciadas.....	208
[7] Sociedades coligadas.....	208
[8] Reexame do § 5º.....	208

Capítulo V **Das Práticas Comerciais**

<i>Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin</i> (Segmento atualizado também por <i>Claudia Lima Marques e José Geraldo Brito Filomeno</i>).....	211
1. As fontes deste capítulo.....	211
2. O conceito de práticas comerciais.....	211
3. A importância das práticas comerciais na sociedade de consumo.....	213
4. Práticas comerciais e <i>marketing</i>	214
5. O conceito de <i>marketing</i>	215
6. As diversas manifestações do <i>marketing</i>	216
7. As duas faces principais do <i>marketing</i> : a publicidade e as promoções de vendas.....	216
8. O <i>marketing</i> no Código de Defesa do Consumidor.....	217
9. <i>Marketing</i> digital.....	218
10. Três momentos obrigacionais do <i>marketing</i> no CDC.....	220
11. O desafio: compatibilizar <i>marketing</i> e defesa do consumidor.....	220
12. As práticas comerciais, o <i>marketing</i> e a publicidade.....	222
13. As práticas comerciais na atualização do CDC.....	222

<i>Seção I – Das disposições gerais</i>	223
Art. 29	223
[1] O Código e seus múltiplos conceitos de consumidor	223
[2] Um conceito exclusivo de consumidor para as práticas comerciais.....	224
[3] A suficiência da exposição.....	224
<i>Seção II – Da oferta</i>	224
1. Oferta e <i>marketing</i>	224
Art. 30	226
[1] A origem do dispositivo.....	226
[2] O princípio da vinculação.....	226
[3] O pressuposto da veiculação	227
[4] O pressuposto da precisão da informação.....	228
[5] A responsabilidade do fornecedor.....	228
[6] Fundamentos econômicos e jurídicos da responsabilidade civil em matéria pu- blicitária.....	229
[7] Da oferta clássica à oferta publicitária	231
[8] O formalismo da oferta no direito tradicional.....	232
[9] A força obrigatória da oferta no direito tradicional	232
[10] Bases do novo paradigma da oferta publicitária.....	234
[11] Inaplicabilidade do art. 429 do Código Civil às relações de consumo	236
Art. 31	236
[1] Dois tipos básicos de informação	237
[2] O dever de informar	237
[3] O caráter enumerativo do dispositivo	239
[4] A informação em português.....	239
[5] Os dados integrantes do dever de informar	240
[6] As embalagens e rotulagem	241
[7] O destinatário da norma	241
[8] Preço e código de barras	242
[9] Informações nos produtos refrigerados.....	242
Art. 32	243
[1] O dever de fornecimento de peças de reposição enquanto durar a fabricação do produto.....	243

[2] O dever de fornecimento de peças de reposição após o encerramento da fabricação do produto	243
Art. 33.	243
[1] O fornecimento por telefone ou reembolso postal.....	244
[2] A vulnerabilidade especial do consumidor na oferta telefônica ou por reembolso	244
[3] Fornecimento pela internet	244
[4] Chamada onerosa ao consumidor	244
Art. 34.	245
[1] A responsabilidade solidária do fornecedor pelos atos dos prepostos e intermediários	245
[2] A isenção contratual.....	245
[3] A valorização dos intermediários na atualização do CDC.....	245
Art. 35.	245
[1] Recusa de cumprimento da oferta.....	246
[2] Os sujeitos responsáveis	247
[3] A enganosidade.....	248
[4] Recusa de cumprimento sob o argumento de equívoco no anúncio	249
[4.1] A fonte da vinculação contratual é a declaração publicitária, e não a vontade publicitária	250
[4.2] A publicidade é negócio jurídico unidirecional, destituído de qualquer negociação e sob controle exclusivo do anunciante.....	251
[4.3] Se os benefícios econômicos principais da publicidade são do anunciante, a assunção de seus riscos também com ele deve ficar	251
[4.4] A teoria do erro tem aplicação reduzida no direito do consumidor.....	253
[4.5] No regime geral do direito do consumidor, o equívoco inocente não exime a responsabilidade civil do fornecedor	253
[4.6] Só o anunciante tem os meios contratuais para acionar a agência e o veículo	254
[4.7] Liberalidades em matéria de preço, principalmente em economias inflacionárias, são comuns no mercado	255
[5] Irretratibilidade da oferta publicitária.....	255
<i>Seção III – Da publicidade</i>	258
1. A importância da publicidade.....	258
2. Dever de informar e publicidade	259
3. Publicidade e controle.....	259

3.1	O sistema exclusivamente estatal.....	259
3.2	O sistema exclusivamente privado.....	260
3.3	O sistema misto.....	261
4.	Publicidade, controle legal e garantias constitucionais.....	261
5.	O conceito de publicidade.....	262
6.	Publicidade x propaganda.....	263
7.	Os diversos tipos de publicidade: institucional e promocional.....	264
8.	Patrocínio.....	265
9.	Os dois grandes momentos de uma campanha publicitária.....	265
10.	Entendendo a gênese de uma criação publicitária.....	265
10.1	A criação publicitária.....	265
10.2	Análise da criação publicitária.....	266
10.2.1	O <i>briefing</i>	266
10.2.2	A reflexão estratégica.....	266
10.2.3	A criação propriamente dita.....	267
11.	Da criação à produção.....	267
12.	A necessidade de um novo tratamento jurídico para a publicidade brasileira.....	267
13.	A situação anterior ao Código de Defesa do Consumidor.....	268
14.	O controle da publicidade no Código de Defesa do Consumidor.....	269
15.	Influência estrangeira no Código.....	269
16.	A regulamentação legal da publicidade no Código: civil, administrativa e penal.....	269
17.	Os princípios gerais adotados pelo Código.....	270
17.1	O princípio da identificação da publicidade.....	270
17.2	O princípio da vinculação contratual da publicidade.....	270
17.3	O princípio da veracidade da publicidade.....	270
17.4	O princípio da não abusividade da publicidade.....	270
17.5	O princípio da inversão do ônus da prova.....	271
17.6	O princípio da transparência da fundamentação da publicidade.....	271
17.7	O princípio da correção do desvio publicitário.....	271
17.8	O princípio da lealdade publicitária.....	271
18.	A regulamentação penal da publicidade.....	272
Art. 36.	272
[1]	A origem do dispositivo.....	272
[2]	O princípio da identificação da publicidade.....	273
[2.1]	O <i>merchandising</i>	273

[2.2] O <i>teaser</i>	274
[3] O princípio da transparência da fundamentação	274
Art. 37	276
[1] A origem do dispositivo.....	276
[2] A proibição da publicidade enganosa e abusiva	277
[3] A publicidade enganosa	277
[3.1] Os diversos tipos de publicidade enganosa	279
[3.2] O elemento subjetivo.....	279
[3.3] Capacidade de enganar e erro real.....	280
[3.4] O consumidor desinformado e ignorante é protegido.....	281
[3.5] Os consumidores mais frágeis são especialmente tutelados	281
[3.6] A impressão total	282
[3.7] A publicidade enganosa comissiva	282
[3.7.1] O exagero publicitário	282
[3.7.2] O anúncio ambíguo.....	283
[3.7.3] Alegações expressas e alegações implícitas	284
[3.8] A publicidade enganosa por omissão.....	284
[3.8.1] O conceito de dado essencial.....	284
[3.8.2] Alguns exemplos concretos.....	285
[3.8.3] As demonstrações simuladas	285
[3.8.4] A língua portuguesa.....	286
[4] A publicidade abusiva	286
[4.1] O conceito de publicidade abusiva	287
[4.2] Alguns exemplos de publicidade abusiva	287
[4.2.1] A publicidade discriminatória.....	288
[4.2.2] A publicidade exploradora do medo ou superstição.....	288
[4.2.3] A publicidade incitadora de violência	288
[4.2.4] A publicidade antiambiental.....	288
[4.2.5] A publicidade indutora de insegurança.....	289
[4.2.6] A publicidade dirigida aos hipossuficientes: a noção de hipervulnerabilidade..	289
[4.2.7] Publicidade abusiva por correio eletrônico	291
[5] A questão da publicidade comparativa.....	292
[6] Controle da publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos, medicamentos e terapias	293

[6.1] Fundamentos constitucionais do controle.....	293
[6.2] Liberdade e abuso na publicidade de tabaco.....	294
[6.3] A Lei Murad.....	295
[6.4] A Lei Serra	296
[6.5] Controle tríplice da adequação legal da publicidade de tabaco, bebidas alcoólicas, agrotóxicos e medicamentos	296
[6.6] Regra geral de restrição da forma de comunicação na publicidade de tabaco	296
[6.7] Limites de conteúdo na publicidade de tabaco	297
[6.8] A publicidade de estilo de vida	297
[6.9] Outras proibições	297
[6.10] Patrocínio de atividade cultural ou esportiva.....	298
[6.11] Sanções administrativas.....	298
[7] A responsabilidade civil da agência, do veículo e da celebridade	299
[8] A contrapropaganda	300
Art. 38.....	300
[1] A inversão do ônus da prova na publicidade	301
[2] A fonte do dispositivo	301
[3] A extensão da inversão.....	301
[4] Outras hipóteses de inversão do ônus da prova em matéria publicitária.....	301
[5] Desnecessidade de declaração judicial da inversão.....	302
[6] O decreto regulamentador.....	302
[7] Conteúdo da inversão.....	302
<i>Seção IV – Das práticas abusivas</i>	303
1. As práticas abusivas no Código	303
2. O conceito de prática abusiva.....	303
3. Classificação	304
4. A impossibilidade de exaustão legislativa.....	305
5. As sanções.....	305
Art. 39.....	305
[1] O elenco exemplificativo das práticas abusivas.....	307
[1.1] Corte de energia e água.....	307
[1.2] Circulação e uso não autorizados de informações prestadas por consumidores... ..	308
[2] Condicionamento do fornecimento de produto ou serviço.....	309
[3] Recusa de atendimento à demanda do consumidor	310

[4] Fornecimento não solicitado.....	310
[5] O aproveitamento da hipossuficiência do consumidor.....	310
[6] A exigência de vantagem excessiva.....	310
[7] Serviços sem orçamento e autorização do consumidor.....	311
[8] Divulgação de informações negativas sobre o consumidor.....	311
[9] Produtos ou serviços em desacordo com as normas técnicas.....	311
[9.1] A normalização.....	312
[9.2] Normalização e regulamentação.....	313
[9.3] A norma.....	314
[9.4] A obrigatoriedade da norma.....	315
[9.5] A atividade de controle.....	315
[9.6] O sistema brasileiro de normalização.....	315
[9.7] A Associação Brasileira de Normas Técnicas.....	315
[9.8] O SINMETRO, o CONMETRO e o INMETRO.....	316
[9.9] Os diversos tipos de normas brasileiras.....	316
[10] Recusa de venda direta.....	317
[11] Elevação de preço sem justa causa.....	317
[12] Reajuste diverso do previsto em lei ou no contrato.....	317
[13] A inexistência ou deficiência de prazo para cumprimento da obrigação.....	317
[14] Superlotação em estabelecimentos comerciais ou de serviços.....	318
[15] Bagagem reincluída.....	318
Art. 40.....	318
[1] A falta de orçamento como prática abusiva.....	318
[2] A exigência de orçamento prévio.....	319
[3] A validade da proposta de preço.....	319
[4] O orçamento como verdadeiro contrato.....	319
[5] Os serviços de terceiro.....	319
Art. 41.....	319
[1] O tabelamento de preços.....	319
[2] As opções do consumidor.....	320
<i>Seção V – Da cobrança de dívidas.....</i>	320
Art. 42.....	320
Art. 42-A.....	320
[1] A fonte de inspiração da seção.....	320

[2] A cobrança de dívidas de consumo	321
[3] O objeto do dispositivo	322
[4] Os contatos do credor com terceiros	322
[5] As práticas proibidas.....	322
[5.1] As proibições absolutas	323
[5.1.1] A ameaça	323
[5.1.2] A coação e o constrangimento físico ou moral	323
[5.1.3] O emprego de afirmações falsas, incorretas ou enganosas	324
[5.2] As proibições relativas.....	324
[5.2.1] A exposição do consumidor a ridículo.....	324
[5.2.2] A interferência no trabalho, descanso ou lazer	325
[6] As perdas e danos.....	326
[7] As sanções administrativas.....	326
[8] As sanções penais.....	326
[9] A repetição do indébito	326
[9.1] O regime do Código Civil.....	327
[9.2] Pressupostos da sanção no regime do CDC.....	327
[9.2.1] O pressuposto da cobrança de dívida	328
[9.2.2] O pressuposto da extrajudicialidade da cobrança.....	328
[9.2.3] O pressuposto da qualidade de consumo da dívida cobrada	329
[9.3] A violação objetiva da boa-fé e a desnecessidade de culpa para a aplicação da sanção	330
[9.4] Cobrança indevida por uso de cláusulas ou critérios abusivos.....	332
[9.5] Os juros e a correção monetária	332
[9.6] O valor da sanção.....	333
[10] Identificação do fornecedor.....	333
<i>Seção VI – Dos bancos de dados e cadastros de consumidores.....</i>	<i>334</i>
Art. 43.....	334
[1] Fontes de inspiração desta seção.....	335
[2] Evolução histórica e organização dos bancos de dados brasileiros.....	336
[3] Duas questões teóricas prévias.....	337
[4] Direitos constitucionais do cidadão e o caráter invasivo dos arquivos de consumo	339
[5] Arquivos sobre consumidores e sociedade de consumo	340

[6]	Necessidade de controle dos arquivos de consumo	344
[7]	Natureza jurídica dos arquivos de consumo	345
[8]	Venda de cadastros de consumidores e práticas abusivas	347
[9]	Antinomia entre regulação privada e estatal dos bancos de dados. Prevalência das normas constitucionais e legais em detrimento dos estatutos de caráter autorregulamentar e contratual.....	347
[10]	Irrelevância, para fins de controle, da origem oficial das informações coletadas..	347
[10.1]	Limitações legais à coleta de dados – “cartórios de protestos paralelos”?.....	349
[10.2]	Medidas judiciais e administrativas adotadas	351
[11]	Modalidades de arquivos de consumo disciplinadas pelo CDC	353
[12]	Pressupostos de legitimidade dos arquivos de consumo	357
[12.1]	O pressuposto teleológico	357
[12.2]	Pressupostos substantivos	359
[12.2.1]	Inquestionamento do débito e registro	360
[12.2.2]	O tipo de informação arquivada	363
[12.3]	Pressupostos procedimentais.....	364
[12.3.1]	Acessibilidade limitada	365
[12.3.2]	Linguagem dos arquivos de consumo.....	365
[12.3.2.1]	Direito à informação veraz	366
[12.3.2.2]	Direito à informação objetiva.....	366
[12.3.2.3]	Direito à informação clara	366
[12.3.2.4]	Direito à informação de fácil compreensão.....	366
[12.4]	Pressupostos temporais	366
[12.4.1]	Fundamentos para a tutela temporal do devedor.....	367
[12.4.2]	A vida útil da informação	368
[12.4.3]	Prazo genérico de cinco anos	368
[12.4.4]	O prazo específico da ação de cobrança	369
[12.4.4.1]	Prescrição da ação de cobrança.....	369
[12.4.4.2]	Prescrição da ação cambiária.....	370
[12.4.4.3]	Prescrição vintenária: uma questão superada	371
[12.4.5]	Destinatário da norma do art. 43, § 5º.....	372
[12.4.6]	Expurgo de dados inviabilizadores do crédito. Conceito de informação negativa explícita e implícita.....	372
[12.4.7]	Termo inicial do prazo	373
[12.4.8]	Efeitos jurídicos do decurso do prazo.....	374

[13] Direitos básicos do consumidor objeto de arquivo	375
[13.1] Direito de comunicação do assento	376
[13.1.1] Caracterização do direito	376
[13.1.2] O sentido do vocábulo “abertura”	377
[13.1.3] Dever que não abriga exceções	378
[13.1.4] Momento da comunicação	379
[13.1.5] Forma de comunicação ao consumidor.....	380
[13.1.6] Conteúdo da comunicação	380
[13.1.7] Responsáveis pela comunicação	381
[13.1.8] Consequências cíveis, administrativas e penais para o descumprimento do dever de comunicar	381
[13.2] Direito de acesso.....	382
[13.2.1] Caracterização do direito.....	382
[13.2.2] Campo de aplicação do direito de acesso	383
[13.2.3] Rapidez e gratuidade do acesso.....	384
[13.3] Direito à correção	384
[13.3.1] Caracterização do direito.....	384
[13.3.2] Prazo para a correção	384
[13.3.3] Sentido do vocábulo correção.....	385
[13.3.4] Ônus probatório.....	385
[13.4] Despesas no exercício dos direitos de acesso e de retificação	386
[14] Responsabilidade civil dos arquivos de consumo.....	386
[14.1] Sujeitos responsáveis.....	388
[14.2] Comportamentos infrativos.....	391
[14.3] Danos indenizáveis.....	391
[14.3.1] Danos patrimoniais	392
[14.3.2] Danos morais.....	392
[14.4] Regime jurídico da responsabilidade civil pela inscrição, manutenção e comunicação indevidas do registro.....	393
[14.5] Ônus da prova e inversão	394
[15] Sanções administrativas	395
[16] Sanções penais.....	396
[17] Instrumentos processuais	397
[17.1] <i>Habeas data</i>	397
[17.2] Tutela de urgência	399

Art. 44.....	399
Art. 45.....	399
[1] Os arquivos de consumo estatais	399
[2] A atualização dos arquivos estatais.....	400
[3] Sentido da expressão “reclamações”	400
[4] Conteúdo dos arquivos estatais.....	400
[5] O dever de divulgação das informações	401
[6] Os requisitos da divulgação	401
[7] O direito de acesso às informações.....	402
[8] A aplicação subsidiária das regras dos arquivos de consumo privados.....	402
[9] Prazo máximo	402
[10] O cumprimento forçado das obrigações de arquivar e divulgar	402
[11] Uso em publicidade comparativa.....	403

Capítulo VI
Da Proteção Contratual

<i>Nelson Nery Junior</i> (Segmento atualizado por José Geraldo Brito Filomeno e Ada Pellegrini Grinover)	405
Introdução	405
1. Ideologia e filosofia do Código de Defesa do Consumidor	405
1.1 Relações de consumo	405
2. Dirigismo contratual e decadência do voluntarismo: morte do contrato?	410
3. A boa-fé como princípio basilar das relações jurídicas de consumo	413
4. A oferta como elemento vinculante do dever de prestar: execução específica da obrigação de contratar	413
5. Formas de contratação	416
6. Comportamentos socialmente típicos	416
7. Contratos de adesão	418
8. Cláusulas gerais dos contratos.....	419
9. Proteção contra cláusulas abusivas.....	422
10. Controle das cláusulas gerais dos contratos	425
11. Contratos bancários.....	427
12. Modificação das cláusulas contratuais por excessiva onerosidade.....	434
13. Interpretação dos contratos de consumo.....	435
14. Responsabilidade derivada dos contratos de consumo	436

15. Aplicação da disciplina contratual do Código de Defesa do Consumidor a outras relações jurídicas.....	437
<i>Seção I – Disposições Gerais</i>	438
Art. 46	438
[1] Relações de consumo.....	438
[2] Conhecimento prévio do consumidor sobre o conteúdo do contrato.....	439
[3] Redação clara e compreensível.....	440
Art. 47	441
[1] Cláusulas contratuais.....	441
[2] Interpretação mais favorável ao consumidor	441
Art. 48	442
[1] Escritos, pré-contratos e contrato preliminar	442
[2] Imposição ao fornecedor do dever de prestar.....	443
[3] Execução forçada da obrigação de fazer	443
[4] Procedimento da execução específica	443
Art. 49	444
[1] Direito de arrependimento	444
[2] Prazo de reflexão.....	444
[3] Contagem do prazo de reflexão	444
[4] Relação de consumo fora do estabelecimento comercial	445
[5] Elenco exemplificativo	446
[6] Devolução das quantias pagas.....	446
[7] Despesas de envio, frete e outros encargos.....	446
Art. 50	446
[1] Carater complementar da garantia contratual	447
[1.1] Breve histórico	447
[1.2] Características.....	449
[2] Padronização do termo de garantia.....	449
[3] Conteúdo e forma do termo de garantia	450
[4] Preenchimento e entrega do termo de garantia.....	450
[5] Manual de instrução	450

<i>Seção II – Das cláusulas abusivas</i>	451
Art. 51	451
[1] Cláusulas abusivas.....	452
[2] Nulidade das cláusulas abusivas.....	453
[3] Elenco exemplificativo das cláusulas abusivas	455
[4] Proteção do consumidor nos contratos de consumo	457
[5] Cláusula de não indenizar nos contratos de consumo.....	457
[6] Cláusula de renúncia ou disposição de direitos.....	458
[7] Cláusula de limitação da indenização e o consumidor-pessoa jurídica	459
[8] Reembolso da quantia paga pelo consumidor	460
[9] Transferência de responsabilidades a terceiros	460
[10] Obrigações iníquas e vantagem exagerada	460
[11] Cláusula incompatível com a boa-fé e a equidade.....	461
[12] Cláusula-surpresa	463
[13] Inversão prejudicial do ônus da prova	465
[14] Arbitragem compulsória	466
[15] Representante imposto.....	470
[16] Outro negócio jurídico pelo consumidor	472
[17] Opção exclusiva do fornecedor.....	473
[18] Alteração unilateral do preço	473
[19] Cancelamento unilateral do contrato.....	473
[20] Ressarcimento unilateral dos custos de cobrança.....	474
[21] Modificação unilateral do contrato	474
[22] Violação de normas ambientais	474
[23] Desacordo com o sistema de proteção ao consumidor.....	475
[24] Renúncia à indenização por benfeitorias necessárias	475
[25] Limitações de acesso ao Poder Judiciário	475
[26] Cláusula impeditiva de novos créditos após purgação de mora ou acordo com credores	478
[27] Presunção relativa da vantagem exagerada	478
[28] Ofensa aos princípios fundamentais do sistema.....	478
[29] Ameaça do objeto ou do equilíbrio do contrato	478
[30] Onerosidade excessiva para o consumidor	479
[31] Conservação do contrato	480
[32] Resolução por ônus excessivo a uma das partes	480
[33] Controle administrativo das cláusulas contratuais gerais pelo Ministério Público ...	480

[34] Representação ao Ministério Público para o ajuizamento de ação visando ao controle judicial das cláusulas contratuais gerais	481
[35] Diretiva nº 93/13, de 5.4.93, do Conselho da Europa (Comunidade Econômica Europeia – União Europeia), sobre cláusulas contratuais abusivas.....	481
[36] Cláusulas abusivas. Rol estabelecido pela Portaria nº 4, de 13.3.98, da SDE-MJ ...	488
[37] Cláusulas abusivas estipuladas na Portaria nº 3/99, da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça.....	490
[38] Cláusulas abusivas estipuladas na Portaria nº 3/01, da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça.....	491
Art. 52	493
[1] Crédito ao consumidor	493
[2] Informação prévia e adequada.....	493
[3] Preço em moeda corrente nacional.....	494
[4] Montante e taxa efetiva de juros	494
[5] Acréscimos legais	494
[6] Número e periodicidade das prestações	495
[7] Total a pagar, com e sem financiamento.....	495
[8] Multa moratória	495
[9] Liquidação antecipada do débito financiado	496
[10] Multa civil	496
Art. 53	496
[1] Compra e venda a prestação.....	497
[2] Alienação fiduciária em garantia.....	497
[3] Nulidade de pleno direito	497
[4] Perda total das prestações pagas	498
[5] Restituição das parcelas quitadas.....	498
[6] Desconto da vantagem econômica auferida com a fruição.....	498
[7] Consórcio de produtos duráveis	498
[8] Desconto da vantagem auferida e dos prejuízos causados ao grupo	499
[9] Contratos de consumo expressos em moeda corrente nacional.....	499
[10] Natureza jurídica e conceito de cláusula penal.....	499
[10.1] Conceito (Códigos Civis brasileiros não a conceituaram) – Legislação comparada e doutrina	500
[10.2] Cláusula penal como pré-estimativa alternativa de perdas e danos.....	501

[10.3] Dificuldades de pré-estimativa de perdas e danos e critérios utilizados (questão da justa indenização).....	501
[10.4] Fórmulas de estimativa de perdas e danos (partes, meios judiciais ou determinação legal).....	502
[10.5] Vantagens da pré-estimativa	503
[10.6] Cláusula penal moratória e compensatória	504
[10.7] Cláusula penal compensatória: limites	505
[10.8] Cláusula penal moratória	505
[10.9] Insuficiência da cláusula penal (danos a demonstrar em ação autônoma)	507
[10.10] Alcance do art. 53 do Código do Consumidor.....	508
[10.11] Entendimento jurisprudencial.....	510
[10.12] Mudanças de critérios para a resolução contratual – Lei nº 13.786, de 27-12-2018	518
<i>Seção III – Dos contratos de adesão</i>	521
Art. 54	521
[1] Definição de contrato de adesão.....	521
[2] Inserção de cláusula no formulário	522
[3] Cláusula resolutória alternativa	522
[4] Escolha é direito do consumidor	522
[5] Contrato de adesão escrito e verbal.....	523
[6] Redação clara em caracteres ostensivos e legíveis	523
[7] Destaque para as cláusulas limitativas de direito do consumidor	524
[8] Controle administrativo das cláusulas gerais dos contratos de adesão pelo Ministério Público	524

Capítulo VI-A
Da Prevenção e do Tratamento do Superendividamento

<i>Roberto Pfeiffer e Claudia Lima Marques</i>	527
[1] As fontes do capítulo e sua evolução parlamentar.....	527
[2] Reforço da dimensão constitucional, ético-inclusiva e de efetividade do CDC através do Capítulo VI-A	531
Art. 54-A	535
[1] Consumidor pessoa natural.....	535
[2] A noção de crédito responsável.....	536
[3] Educação financeira.....	537

[4] Conceito de superendividamento.....	538
[5] Requisito da boa-fé.....	542
[6] Mínimo existencial.....	544
[7] Dívidas englobadas.....	548
[8] Exclusão de dívidas contraídas com o propósito de não realizar o pagamento e para aquisição de produtos e serviços de luxo de alto valor.....	548
Art. 54-B	550
[1] Informações obrigatórias no crédito e venda a prazo.....	550
[2] Oferta com informação qualificada.....	552
[3] Custo efetivo total.....	553
[4] Informação sobre encargos da mora.....	554
[5] Prazo de validade mínimo da oferta (oferta prévia).....	554
[6] Liquidação antecipada da dívida.....	555
[7] Resumo das principais informações.....	555
[8] Novo regime da publicidade de crédito e de venda a prazo.....	555
Art. 54-C	557
[1] Veto à publicidade de “taxa zero”.....	557
[2] Avaliação da situação financeira do consumidor.....	558
[3] Compreensão dos ônus e riscos da contratação: a superação da figura do consumidor médio.....	559
[4] Assédio ao consumo.....	562
Art. 54-D	565
[1] Informação qualificada sobre a CET e as consequências do inadimplemento.....	565
[2] Avaliação da situação financeira do consumidor: as condições de crédito do consumidor.....	567
[3] Informação da identidade do agente financiador.....	571
[4] Consequências para o descumprimento dos deveres de informação e aconselhamento.....	572
Art. 54-E	575
[1] Dispositivo vetado.....	575
[2] Razões de veto.....	576
[3] Margem máxima para crédito consignado.....	577
[4] Prazo de reflexão para o exercício do direito de arrependimento da contratação do crédito.....	579

Art. 54-F	580
[1] Contratos conexos, coligados ou interdependentes	581
[2] Extensão do direito de arrependimento	582
[3] Extensão da rescisão por inexecução de obrigações do fornecedor.....	583
[4] Extensão da invalidade ou ineficácia do contrato principal	583
Art. 54-G	584
[1] Novas hipóteses de práticas abusivas	584
[2] Cobrança de quantia contestada.....	585
[3] Não entrega de cópia de contrato	586
[4] Extensão da entrega de cópia ao garante e coobrigado.....	587
[5] Impedir ou dificultar bloqueio de pagamento e restituição de valores indevidos: novo direito de <i>chargeback</i>	587
Capítulo VII	
Das Sanções Administrativas	
<i>Zelmo Denari</i> (Segmento atualizado por José Geraldo Brito Filomeno)	589
1. Normas gerais de consumo	589
2. Decreto nº 2.181, de 1997	590
Art. 55	595
[1] Normas gerais de consumo.....	595
[2] Normas de consumo.....	595
[3] Comissões permanentes.....	596
[4] Notificação dos fornecedores.....	596
[5] Revisão periódica das normas de consumo	596
Art. 56	597
[1] Modalidades de sanções administrativas.....	597
Art. 57	598
[1] Graduação da multa	598
[2] Fundos especiais.....	598
[3] Aplicação da multa	599
Art. 58	599
[1] Sanções por vício	599

Art. 59	599
[1] Sanções subjetivas.....	600
[2] Intervenção administrativa.....	600
[3] Reincidência	600
Art. 60	600
[1] Imposição de contrapropaganda.....	601
[2] Execução da medida.....	601

**Título II
DAS INFRAÇÕES PENAIS**

<i>José Geraldo Brito Filomeno</i>	603
1. Da defesa do consumidor no âmbito penal.....	603
2. Desinformação e desinteresse individual	603
3. Parâmetros para a defesa do consumidor no âmbito penal	604
4. Dilema inicial da comissão elaboradora do anteprojeto	605
5. Da legislação comparada	608
5.1 A lei mexicana e infrações contra o consumidor	609
5.2 A lei venezuelana de proteção ao consumidor e infrações	610
5.3 Infrações e sanções na lei espanhola de proteção ao consumidor.....	611
5.4 O novo Código Penal espanhol.....	612
6. Conclusões.....	615
7. Críticas à concepção penal do Código.....	615
Art. 61	617
[1] A advertência do art. 61	617
Art. 62	622
Art. 63	622
Art. 64	622
Art. 65	622
[1] Colocação no mercado de produtos ou serviços impróprios	622
[2] Omissão de dizeres ou sinais ostensivos	635
[3] Culpa.....	636
[4] Omissão na comunicação às autoridades competentes	636
[5] Execução de serviços perigosos	640

[6] O concurso material do § 1º do art. 65 e novo tipo do § 2º	641
Da publicidade enganosa e seus efeitos (introdução aos comentários aos arts. 66 a 69)	643
1. Dos abusos na publicidade	643
2. Tentativa de criminalização da publicidade/oferta enganosa ou abusiva	644
3. Anteprojeto do Código Penal (Portaria nº 790, de 27.10.87).....	644
4. Inserção de tipo específico na Lei nº 1.521/51.....	645
5. Publicidade enganosa como “concorrência desleal”	645
6. Críticas ao sistema de publicidade enganosa como concorrência desleal.....	646
7. Tipo criado pela Lei nº 8.137/90.....	649
8. Criminalização da publicidade enganosa.....	650
Art. 66	651
[1] Falsidade, engano e omissão em informações sobre produtos e serviços	651
[2] Patrocínio.....	662
[3] Culpa.....	662
Art. 67	663
[1] Elaboração ou promoção de publicidade sabidamente enganosa ou abusiva	663
[2] O veto ao parágrafo único	665
Art. 68	665
[1] Elaboração ou promoção de publicidade tendenciosa.....	665
[2] Veto ao parágrafo único	666
Art. 69	667
[1] Omissão na organização de dados que dão base à publicidade.....	667
[2] Conclusões quanto aos abusos na publicidade	668
Art. 70	669
[1] Emprego de peças e componentes de reposição usados	669
Art. 71	671
[1] Meios vexatórios na cobrança de dívidas do consumidor.....	671
Art. 72	678
[1] Impedimento de acesso a banco de dados.....	678
Art. 73	680
[1] Omissão na correção de dados incorretos.....	680

Art. 74	683
[1] Omissão na entrega de termos de garantia.....	683
Art. 75	684
[1] Da responsabilidade e concurso de pessoas.....	684
Art. 76	686
[1] Circunstâncias agravantes.....	687
Art. 77	688
[1] Penas de multa.....	688
Art. 78	689
[1] Outras penas.....	689
[2] Da responsabilidade penal da pessoa jurídica.....	692
Art. 79	697
[1] Da fiança.....	698
Art. 80	699
[1] Intervenção de assistentes de acusação e ação penal subsidiária.....	699

Título III
DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

PROCESSO COLETIVO E PROCESSO INDIVIDUAL

<i>Ada Pellegrini Grinover e Kazuo Watanabe</i>	703
---	-----

I – DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

<i>Ada Pellegrini Grinover</i>	703
--------------------------------------	-----

- | | |
|---|-----|
| 1. Da tutela jurisdicional dos direitos e interesses do consumidor..... | 703 |
| 2. Conteúdo do Título III..... | 705 |

II – DAS DEMANDAS INDIVIDUAIS E DEMANDAS COLETIVAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR – Considerações gerais, peculiaridades, relação entre elas, carga dinâmica da prova e inversão do ônus da prova; despesas com provas; conversão da ação individual em ação coletiva

<i>Kazuo Watanabe</i>	706
-----------------------------	-----

- | | |
|---|-----|
| 1. Relevância das demandas coletivas e das individuais..... | 706 |
| 2. Aplicação do CPC nos processos individuais do consumidor, com algumas especificidades..... | 707 |
| 3. Inadmissibilidade da denunciação da lide nos processos individuais do consumidor..... | 707 |

4. Teoria da carga dinâmica da prova e inversão do ônus da prova	708
5. Ônus da prova e sua inversão no Código de Defesa do Consumidor (arts. 6º, VIII, e 38, CDC).....	709
6. Inversão do ônus da prova e inversão da responsabilidade pelo adiantamento de despesas processuais	713
7. Relação entre demanda coletiva e demandas individuais	716
8. Conversão da ação individual em ação coletiva	722

III – DIREITO PROCESSUAL COLETIVO

<i>Ada Pellegrini Grinover</i> (atualizado por João Ferreira Braga e Kazuo Watanabe).....	727
1. Introdução	727
1.1 O “estado da arte”	727
1.2 Princípios do direito processual coletivo	728
1.2.1 Princípio do acesso à justiça	728
1.2.2 Princípio da universalidade da jurisdição.....	728
1.2.3 Princípio de participação.....	729
1.2.4 Princípio da ação	729
1.2.5 Princípio do impulso oficial.....	729
1.2.6 Princípio da economia	730
1.2.7 Princípio da instrumentalidade das formas.....	730
1.3 Conclusão quanto aos princípios	731
1.4 Institutos fundamentais do processo coletivo	731
1.4.1 Legitimação.....	731
1.4.2 Representatividade adequada.....	731
1.4.3 Coisa julgada	731
1.4.4 Pedido e causa de pedir	731
1.4.5 Conexão, continência e litispendência	732
1.4.6 Preclusões.....	732
1.4.7 Competência.....	732
1.4.8 Ônus da prova	732
1.4.9 Liquidação da sentença.....	732
1.4.10 Indenização pelos danos provocados.....	732
1.4.11 Outros institutos	733
1.5 Conclusão quanto aos institutos.....	733
1.6 Direito processual coletivo	733
2. Da necessidade de um novo sistema de processos coletivos.....	733
2.1 O minissistema brasileiro de processos coletivos	733
2.2 Código Modelo de Processos Coletivos para Ibero-América.....	734

2.3	O surgimento do Anteprojeto de Código Brasileiro de Processos Coletivos.....	735
2.4	Inovações do Anteprojeto.....	735
2.5	O Projeto de Lei sobre ações coletivas	736
2.5.1	Vantagens gerais.....	736
2.5.2	Pontos específicos.....	736
2.5.3	Retrocessos em relação ao Anteprojeto de Código Brasileiro de Processos Coletivos	737
2.6	O triste fim do projeto de lei	737
3.	Significado social, político e jurídico da tutela jurisdicional coletiva.....	738
3.1	O surgimento dos interesses difusos.....	738
3.2	Dimensão social.....	738
3.3	Configuração política.....	739
3.4	A transformação do direito processual	739
3.5	Evolução da tutela jurisdicional no Brasil.....	739
3.6	Influência do minissistema brasileiro em outros países	740
3.7	Transformação do direito processual brasileiro.....	741
4.	Os processos coletivos nos países de <i>civil law</i>	741
4.1	O relatório geral para o XIII Congresso Mundial	741
4.2	As novas tendências	742
4.2.1	Direitos tutelados.....	743
4.2.2	As ações cabíveis.....	743
4.2.3	Os esquemas do processo civil individual utilizados para a tutela coletiva.....	744
4.2.4	Legitimação ativa	745
4.2.5	A “representatividade adequada”	745
4.2.6	Ação coletiva passiva.....	746
4.2.7	Coisa julgada: direitos difusos e coletivos.....	747
4.2.8	Coisa julgada: direitos individuais homogêneos.....	747
4.2.8.1	O critério do <i>opt out</i>	748
4.2.8.2	O critério do <i>opt in</i>	748
4.2.8.3	Combinação do <i>opt in</i> com o <i>opt out</i>	749
4.2.8.4	A coisa julgada <i>secundum eventum litis</i>	749
4.2.9	Coisa julgada <i>secundum probationem</i>	750
4.2.10	O aproveitamento da coisa julgada coletiva para beneficiar as pretensões individuais	750
5.	Correspondência da tutela coletiva nos países de <i>civil law</i> com as categorias das <i>class actions</i> norte-americanas	751

Capítulo I
Disposições Gerais

IV – COMENTÁRIOS SOBRE A DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

<i>Kazuo Watanabe</i>	755
1. Formação de nova mentalidade.....	755
2. Sociedade civil mais bem organizada e participativa.....	756
3. Ampliação da legitimação para agir.....	756
3a. Da representatividade adequada e da legitimação passiva do grupo ...	758
4. Ampliação dos poderes do magistrado.....	758
5. Conceituação dos interesses ou direitos difusos e coletivos	760
6. Interação entre o Código e a Lei de Ação Civil Pública	760
Art. 81	760
[1] Tutela dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas de danos	760
[1a] Danos morais coletivos	761
[2] Tutela individual dos consumidores.....	761
[3] Tutela coletiva dos consumidores	762
[4] Interesses ou direitos “difusos”	763
[5] Interesses ou direitos “coletivos”	764
[6] Interesses ou direitos “individuais homogêneos”	766
[7] Interesses “difusos” e “coletivos” – da correta distinção entre eles depende a correta fixação do objeto litigioso do processo (pedido e causa de pedir)	767
[8] Conceito sociológico e conceito jurídico de interesses ou direitos “difusos”, “coletivos” e “individuais homogêneos”	770
[9] As distinções conceituais acima expostas não foram observadas na prática com a precisão desejável.....	770
Art. 82	772
[1] Correção do erro de remissão	772
[2] Ampliação da legitimação para agir	773
[3] Legitimação do Ministério Público	774
[3a] Legitimação da Defensoria Pública.....	777
[4] Legitimação da União, Estados, Distrito Federal e Municípios.....	780
[5] Legitimação de entes públicos sem personalidade jurídica	781
[6] Legitimação das associações.....	781
[6a] A Medida Provisória nº 2.180-35, de 24 de agosto de 2001 (anteriormente Medida Provisória nº 1.984-18, de 1º de junho de 2000)	782

[6b] A falta de legitimação da pessoa física	783
[7] Dispensa pelo juiz do requisito da pré-constituição	783
[7a] A representatividade adequada no ordenamento brasileiro	783
[7b] A legitimação passiva do grupo	786
[7c] A legitimação passiva do grupo no sistema brasileiro	786
[8] § 2º vetado: litisconsórcio entre os órgãos do Ministério Público.....	790
[9] § 3º vetado: novo título executivo extrajudicial	791
Art. 83	791
[1] Efetividade da tutela jurídica processual	791
[1a] Proibição de cautelares satisfativas e de execução provisória contra a Fazenda Pública.....	795
[2] Parágrafo único: vetado.....	795
Art. 84	796
[1] Fonte inspiradora	796
[2] Interação entre os arts. 83 e 84.....	797
[3] Conversão da obrigação em perdas e danos.....	797
[4] Multa e perdas e danos.....	797
[5] Medida liminar.....	797
[6] Multa e poder ampliado do juiz.....	797
[7] Poderes do juiz e novos tipos de provimentos jurisdicionais	798
Art. 85	801
Art. 86	801
[1] Necessidade de ação mandamental de provimento eficaz e procedimento célere para a tutela de direitos entre particulares.....	801
[2] Admissibilidade do <i>habeas data</i> apesar do veto	802
Art. 87	802
[1] Ações coletivas e facilitação do acesso à justiça.....	803
[2] Ações coletivas e sucumbência	803
[3] Litigância de má-fé e associação civil.....	803
[4] Litigância de má-fé e demais legitimados para as ações coletivas.....	803
Art. 88	803
[1] Ação autônoma de regresso nos mesmos autos da ação de indenização	804
[2] Vedação de denunciação da lide na ação de indenização pelo fato do produto ou do serviço.....	804

Art. 89	804
[1] Extensão da disciplina processual do Código a outros direitos ou interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos apesar do veto.....	805
Art. 90	805
[1] Interação entre o Código e a Lei nº 7.347/85	805

Capítulo II
Das Ações Coletivas para a Defesa de Interesses Individuais Homogêneos
(Comentários aos arts. 91 a 100)

<i>Ada Pellegrini Grinover</i> (atualizado por João Ferreira Braga e Kazuo Watanabe).....	807
1. As <i>class actions</i> do sistema norte-americano	807
2. As <i>class actions for damages</i> em outros países de <i>common law</i>	812
3. As <i>class actions</i> no sistema brasileiro	812
3a. A prevalência e a superioridade das <i>class actions for damages</i> reconduzidas ao sistema brasileiro.....	813
3b. As ações coletivas para a defesa de interesses individuais homogêneos	816
Art. 91	816
[1] A ação civil coletiva de responsabilidade pelos danos individualmente sofridos..	817
[2] A legitimação para a ação	817
Art. 92	818
[1] O Ministério Público como autor	818
[2] Atuação obrigatória do Ministério Público	820
[3] O veto e a aplicação das normas da Lei nº 7.347/85.....	820
Art. 93	821
[1] Âmbito de aplicação do art. 93.....	821
[2] Competência objetiva em razão da matéria	821
[3] O local do dano como critério para a fixação da competência territorial.....	823
[4] A determinação do foro competente: dano de âmbito local	824
[5] A determinação do foro competente: dano de âmbito regional ou nacional.....	824
[6] Competência territorial absoluta	825
[7] A competência perante a Medida Provisória nº 1.570, de 26 de março de 1997....	825
Art. 94	826
[1] Divulgação da propositura da ação para conhecimento dos interessados	826
[2] Intervenção dos interessados como litisconsortes.....	827

Art. 95	827
[1] O conteúdo da sentença favorável	828
Art. 96	828
[1] Divulgação da sentença condenatória.....	828
Art. 97	829
[1] Liquidação e execução da sentença	829
[2] Prazo para a liquidação	830
[3] Legitimação e representação para a liquidação e execução.....	832
[4] Modalidade e objeto da liquidação.....	833
[5] Foro competente para a liquidação: o dispositivo vetado	833
Art. 98	834
[1] Execução individual e coletiva	834
[2] Execução coletiva definitiva e provisória.....	835
[3] Competência de juízo para execução	835
Art. 99	835
[1] Concurso de créditos.....	835
[2] Garantia da preferência	836
Art. 100	836
[1] <i>A fluid recovery</i> do direito brasileiro	836
[2] A legitimação para a liquidação e execução	837
[3] Modalidade e objeto da liquidação.....	837
[4] Destinação da <i>fluid recovery</i>	838

Capítulo III
Das Ações de Responsabilidade do Fornecedor de Produtos e Serviços
(Comentários aos arts. 101 e 102)

<i>Kazuo Watanabe</i>	839
1. Rápidas considerações sobre o Capítulo III	839
Art. 101	839
[1] Ação de responsabilidade civil	840
[2] Competência territorial.....	841
[3] Chamamento ao processo em vez de denúncia da lide	841
[4] Acionabilidade direta do segurador pelos consumidores e pelas vítimas de danos.....	841

[5] Vedação de denúncia da lide ao instituto de resseguros do Brasil	841
Art. 102	842
[1] Ação preventiva de natureza mandamental	842
[2] § 1º Vetado	843
[3] § 2º Vetado	843

Capítulo IV
Da Coisa Julgada

<i>Ada Pellegrini Grinover</i> (atualizado por João Ferreira Braga e Kazuo Watanabe).....	845
1. A coisa julgada nas ações coletivas	845
2. A extensão subjetiva da coisa julgada e a fórmula da <i>representatividade adequada</i>	846
3. A <i>representatividade adequada</i> no sistema brasileiro.....	847
4. A opção do Código.....	848
5. A coisa julgada <i>secundum eventum litis</i>	848
5.1. Efeitos da sentença coletiva nos juízos individuais: a ampliação do objeto do processo	850
5.2. Litispendência, continência e coisa julgada.....	851
5.3. Novas questões sobre a coisa julgada	852
Art. 103	852
[1] A coisa julgada nas ações coletivas. Abrangência da disciplina.....	852
[2] O alcance da coisa julgada <i>erga omnes e ultra partes</i>	854
[2a] A coisa julgada e a Lei nº 9.494, de 10 de setembro de 1997	856
[2b] Novo ataque à coisa julgada <i>erga omnes</i> ou <i>ultra partes</i> : a Medida Provisória 2.180-35, de 2001	860
[2c] O controle difuso da constitucionalidade e a coisa julgada <i>erga omnes</i>	861
[3] A disciplina da coisa julgada nas ações em defesa de interesses difusos	862
[3a] A coisa julgada <i>secundum eventum probationis</i>	863
[4] A coisa julgada negativa nas ações em defesa de interesses difusos e a possibilidade de ações individuais	866
[5] A disciplina da coisa julgada nas ações em defesa de interesses difusos: os casos possíveis.....	866
[6] A disciplina da coisa julgada nas ações em defesa de interesses coletivos	866
[7] A disciplina da coisa julgada nas ações coletivas em defesa de interesses ou direitos individuais homogêneos	867
[8] A coisa julgada da Lei nº 7.347/85 transportada, <i>in utilibus</i> , às ações de indenização por danos pessoalmente sofridos.....	868

[9] A coisa julgada penal transportada, <i>in utilibus</i> , às ações de indenização por danos pessoalmente sofridos	870
[10a] A coisa julgada na ação coletiva passiva	870
[10b] Coisa julgada, questões prejudiciais e processos coletivos	872
Art. 104	872
[1] Identidade total ou parcial de demandas	872
[2] Identidade total ou parcial entre demandas coletivas	873
[3] Identidade parcial entre a demanda coletiva e as individuais	874
[4] O erro de remissão do art. 104	874
[5] Exclusão da litispendência	874
[6] Ações coletivas de responsabilidade civil e ações reparatórias individuais: continência e coisa julgada	875

Capítulo V Da Conciliação no Superendividamento

<i>Roberto Pfeiffer</i>	881
Art. 104-A	881
[1] Tratamento do superendividamento	882
[2] Audiência de conciliação no processo de superendividamento para repactuação de dívidas	887
[3] Plano de pagamento	889
[4] Dívidas excluídas do plano de pagamento	890
[5] Sanções pelo não comparecimento injustificado	891
[6] Título executivo judicial	892
[7] Insolvência civil	892
Art. 104-B	893
[1] Processo por superendividamento para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas	893
[2] Plano de pagamento judicial compulsório	897
[3] Nomeação de administrador	899
Art. 104-C	900
[1] Conciliação administrativa extrajudicial	900
[2] Reclamações individuais e audiência global de conciliação	901
[3] Conteúdo do plano de pagamento	903

Título IV
DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

<i>Daniel Roberto Fink</i> (Atualizado por José Geraldo Brito Filomeno).....	905
Art. 105	906
[1] Instrumentos do sistema.....	906
Art. 106	907
[1] Os órgãos de defesa do consumidor e a efetiva realização da Política Nacional de Relações de Consumo	908
[2] Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC	910
[3] Atribuições.....	911
[3.1] Planejamento, elaboração, proposta, coordenação e execução da Política Nacional de Proteção ao Consumidor.....	911
Globalização e neoliberalismo	912
Integração dos órgãos	914
[3.2] Recebimento, análise, avaliação e encaminhamento de consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado.....	915
[3.3] Prestação aos consumidores de orientação permanente sobre seus direitos e garantias	915
[3.4] Informação, conscientização e motivação do consumidor através dos diferentes meios de comunicação	915
[3.5] Solicitação à polícia judiciária de instauração de inquérito policial para a apreciação de delitos contra os consumidores, nos termos da legislação vigente	915
[3.6] Representação ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições	916
[3.7] Levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violarem os interesses difusos, coletivos ou individuais dos consumidores.....	916
[3.8] Solicitação do concurso de órgãos e entidades da União, Estados, Distrito Federal e dos Municípios, bem como auxílio na fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços	916
[3.9] Incentivo, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, à formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais	917
[3.10] Desenvolvimento de outras atividades compatíveis com suas finalidades.....	917
[4] Os vetos	917
[5] Apoio técnico-científico.....	917

A organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor	918
O Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997	919
Conflito de atribuições.....	921
Avocação de processos administrativos.....	921
Compromisso de ajustamento de conduta.....	923
Fundo de Reparação dos Interesses Lesados dos Consumidores.....	934

Título V
DA CONVENÇÃO COLETIVA DE CONSUMO

<i>Daniel Roberto Fink</i> (Atualizado por José Geraldo Brito Filomeno)	937
Art. 107	939
[1] Conceito, objeto e natureza jurídica.....	939
[2] Condições e requisitos.....	940
[3] Desligamento do fornecedor	940
Art. 108	940
[1] Sanções convencionais	940

Título VI
DISPOSIÇÕES FINAIS

<i>Nelson Nery Junior</i> (Segmento atualizado por Ada Pellegrini Grinover, João Ferreira Braga e Kazuo Watanabe)	943
1. Disposições processuais do Código de Defesa do Consumidor e outras normas sobre a tutela processual dos interesses difusos e coletivos.....	943
2. O Código de Defesa do Consumidor e o Código de Processo Civil.....	943
3. Integração dos sistemas do CDC e da LACP	944
4. Código de Defesa do Consumidor, Lei da Ação Civil Pública e mandado de segurança coletivo.....	946
5. Principais modificações introduzidas pelo CDC na LACP	946
Art. 109	947
[1] Veto do preâmbulo da lei	947
Art. 110	947
[1] Caracterização do direito como difuso, coletivo ou individual homogêneo	948
[2] Tutela dos interesses difusos.....	948
[3] Direitos difusos e coletivos	948
[4] Legitimidade do Ministério Público do Trabalho	951

[5] Legitimidade dos sindicatos	951
[6] Legitimidade da Defensoria Pública	952
[7] Tutela dos interesses coletivos	953
Art. 111	953
[1] Defesa de outros interesses difusos e coletivos como finalidade da associação e dos sindicatos	953
Art. 112	955
[1] Desistência infundada da ação.....	955
[2] Abandono da ação	956
[3] Desistência por associação ou sindicato	957
[4] Desistência da ação pelo Ministério Público.....	957
[5] Assunção da ação por outro legitimado que não o Ministério Público.....	959
Art. 113	959
[1] Pré-constituição dispensada pelo juiz.....	959
[2] Manifesto interesse social	960
[3] Litisconsórcio facultativo.....	961
[4] Representação do Ministério Público	961
[4a] Compromisso tomado pelos órgãos legitimados.....	963
Natureza.....	964
Sujeitos e objeto	964
Cumprimento das obrigações e consequências.....	965
[5] Compromisso como título executivo extrajudicial	967
[6] Eficácia executiva do compromisso de ajustamento de conduta.....	967
Art. 114	968
[1] Sentença condenatória	968
[2] Inércia da associação ou sindicato autor.....	968
[3] Dever de o Ministério Público promover a execução	969
[4] Faculdade da execução pelos demais legitimados.....	970
Art. 115	970
[1] Redação do dispositivo.....	970
[2] Litigância de má-fé	971
[3] Solidariedade entre a associação e seus diretores	972
[4] Honorários de advogado e décuplo das custas	973

[5] Indenização por perdas e danos.....	973
Art. 116	974
[1] Adiantamento de custas e despesas processuais	974
[2] Condenação nas verbas de sucumbência.....	974
Art. 117	975
[1] Aplicabilidade do Título III do Código de Defesa do Consumidor às ações propostas com base na Lei da Ação Civil Pública	975
[2] Mandado de segurança coletivo.....	976
[3] Aplicação das normas processuais às ações em curso.....	977
Art. 118	978
[1] Data da entrada em vigor da lei	978
[2] Normas que dependem de regulamento.....	978
[3] Leis editadas no período da <i>vacatio legis</i>	979
[4] Contratos celebrados antes da entrada em vigor da lei.....	980
Art. 119	981
[1] Sobrevivência do Código Civil, Código Comercial e Leis extravagantes.....	981
BIBLIOGRAFIA	983

ANEXO
JURISPRUDÊNCIA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA
SOBRE PROCESSOS COLETIVOS

OS INSTITUTOS FUNDAMENTAIS DO PROCESSO COLETIVO NA JURISPRUDÊNCIA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA: UM PATRIMÔNIO HERMENÊUTICO EM FORMAÇÃO	1003
<i>Ada Pellegrini Grinover e João Ferreira Braga</i>	1003
Introdução	1003
1. Legitimidade <i>ad causam</i>	1005
1.1 Legitimidade <i>ad causam</i> ativa.....	1005
1.1.1 Legitimidade <i>ad causam</i> do Ministério Público	1005
1.1.2 Legitimidade concorrente e autônoma entre Ministério Público Federal e Estadual	1009
1.1.3 Legitimidade <i>ad causam</i> das associações: representação ou substituição processual.....	1010
1.1.4 Legitimidade <i>ad causam</i> das associações e a pertinência temática. Representatividade adequada.....	1023
1.1.5 Legitimação da Defensoria Pública.....	1025

1.2	Ação coletiva passiva.....	1027
1.3	Comentários dos autores – Legitimidade <i>ad causam</i>	1029
2.	Limites territoriais da coisa julgada.....	1046
2.1	Coisa julgada <i>erga omnes</i> restrita aos limites da competência do órgão prolator da decisão	1048
2.2	Abrangência nacional da coisa julgada.....	1050
2.3	Comentários dos autores	1056
3.	Competência.....	1069
3.1	Competência do juízo para os atos de execução do julgado coletivo ..	1069
3.2	Comentários dos autores	1070
4.	Prescrição.....	1076
4.1	Aplicação analógica do art. 21 da Lei nº 4.717/65 (Lei da Ação Popular)	1076
4.2	Imprescritibilidade, em se tratando de ACP que vise ao ressarcimento do erário	1078
4.3	Imprescritibilidade da pretensão, nos casos de nulidade do ato administrativo, por falta de licitação, e de danos ao meio ambiente.....	1079
4.4	Prazo prescricional para o ajuizamento da execução.....	1081
4.5	Aplicação da Súmula 150 do STF.....	1082
4.6	Comentários dos autores	1083
5.	Concomitância de ações individuais e ações coletivas	1097
5.1	Suspensão do curso dos processos individuais determinada de ofício	1097
5.2	Pela simultaneidade do processamento de ações individuais e coletivas.....	1100
5.3	Comentários dos autores	1103
6.	Liquidação e execução da sentença	1112
6.1	Comentários dos autores	1114
7.	Conclusões.....	1119

ÍNDICE ALFABÉTICO-REMISSIVO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E MICROSSISTEMA DOS PROCESSOS COLETIVOS	1125
--	-------------