



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
UNIDADE ACADÊMICA DE DIREITO
CURSO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS

FRANCISCO LOPES DE LIMA

A INVALIDADE DO PRINCÍPIO DA PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DA
VONTADE DAS PARTES NO CONTRATO DE ADESÃO

SOUSA - PB
2006

FRANCISCO LOPES DE LIMA

A INVALIDADE DO PRINCÍPIO DA PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DA
VONTADE DAS PARTES NO CONTRATO DE ADESÃO

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Jurídicas e Sociais do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Jurídicas e Sociais.

Orientadora: Professora Esp. Carla Pedrosa de Figueiredo.

SOUSA - PB
2006

FRANCISCO LOPES DE LIMA

A INVALIDADE DO PRINCÍPIO DA AUTONOMIA DA VONTADE DAS PARTES NO
CONTRATO DE ADESÃO

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Carla Pedrosa de Figueiredo..... (Orientadora)

Prof^a. Esp.....

Prof^a. Esp.....

Dedico a minha família, pessoas
que sempre estão prontas para dar
atenção carinho e força para as
batalhas da vida.

AGRADECIMENTOS

À força maior “Deus”, pela coragem que nos faz vencer os obstáculos mesmo àqueles parecem a primeira vista intransponíveis.

A meus pais, Arnaldo Lopes de Sousa e Francisca de Sousa Lima, que me ensinaram me introduziram no caminho da ética e da moral.

Ao meu irmão, e amigos por todo apoio e incentivo, durante esta caminhada, em busca de progresso profissional. Especialmente a Arnaldo e Lenite Helena que me ajudaram de todas as formas possíveis na minha caminhada acadêmica.

A Maria Rosalina de Sousa (Pípia) e Manoel Casimiro (*in memória*,) pelo acolhimento incondicional em todos os momentos.

A minha orientadora, Carla Pedrosa de Figueiredo pela disponibilidade de auxílio permanente durante a realização desse trabalho.

"A legislação consumerista confere superioridade jurídica ao consumidor para compensar sua inferioridade material nas relações de consumo".

Luiz Netto Lobo

RESUMO

O presente trabalho ao estudar a invalidade do princípio da autonomia da vontade as partes no contrato de adesão e seu tratamento no código de defesa do consumidor, se dirigiu a tema de destacada importância no direito. Com a finalidade de demonstrar como ele está inserido na vida do homem em sociedade iniciou-se o estudo pelo seu desenvolvimento histórico. Depois foram analisadas as normas e princípios que regem os contratos em geral. De onde se pode concluir que no direito privado tradicional a manifestação da vontade livre de vício de consentimento tem sido razão primeira de sua celebração, condição de sua forma e ao mesmo tempo garantia de sua exigibilidade. Ainda no estudo dos contratos do direito privado foi possível constatar que atualmente já se percebeu que a aplicação ilimitada pode resultar em injustiça para um dos contratantes. A própria legislação privada estabelece limitações a eles procurando suavizar sua força antes invencível. No direito consumerista a força desses princípios foi altamente restringida pela adoção de outros compatíveis com a realidade da sociedade de massa. Nela predomina as relações de consumo que ocorre no mercado de forma impessoal só ocorrendo outro tipo de contrato que não seja o de adesão ocasionalmente. Na celebração dele o fornecedor de bens ou serviços elabora unilateralmente as cláusulas contratuais enquanto o consumidor simplesmente adere a elas. Nessa situação não há nem o que se falar em autonomia da vontade por parte do consumidor nem de exigibilidade contra ele fundada exclusivamente no consensualmente estipulado. O CDC com o intuito de resolver o problema do desequilíbrio de condições natural das relações de consumo em desvantagem ao consumidor traz normas protetoras que visam compensar o desequilíbrio de fato.

Palavras-chave: Consumidor. Vontade. Contrato.

RESUME

The present work when studying the invalidade of the beginning of the autonomy of the will the parts in the adhesion contract and your treatment in the code of the consumer's defense, went to theme outstanding importance in the right. With the purpose of demonstrating like him is inserted in the man's life in society the study he/she began for your historical development. Then they were analyzed the norms and beginnings that govern the contracts in general. From where she can end that in the traditional private right the manifestation of the will free from consent addiction has been first reason of your celebration, condition in your way and at the same time warranty of your exigibilidad. Still in the study of the contracts of the private right it was possible to verify that now was already noticed that the limitless application can result in injustice for one of the contracting parties. The own deprived legislation establishes limitations to them trying to soften your force before invincible. In the right consumerista the force of those beginnings was highly restricted by the adoption of other compatible ones with the reality of the mass society. In her the consumption relationships that it happens in the market in an impersonal way only other contract type that is not occasionally it of adhesion happening prevails. In his celebration the supplier of goods or services elaborate unilateralmente the contractual termses while the consumer simply sticks them. In that situation there is not nor what to speak in autonomy of the will on the part of the consumer nor of exigibilidad against him founded exclusively in the stipulated consensualmente. CDC with the intention of solving the problem of the unbalance of conditions natural of the consumption relationships in disadvantage to the consumer brings protecting norms that seek to compensate the unbalance in fact.

Word-key: Consumer. Will. Contract.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	09
CAPÍTULO 1 – ASPECTOS GERAIS DOS CONTRATOS.....	11
1.1 Evolução histórica da relação contratual.....	11
1.2 Conceito.....	13
1.3 Princípios fundamentais dos contratos.....	14
1.3.1 Princípio da autonomia da vontade das partes.....	15
1.3.2 Princípio da função social dos contratos.....	16
1.3.3 Princípio do consensualismo.....	18
1.3.4 Princípio da boa fé.....	18
1.3.4.1 Boa fé subjetiva.....	20
1.3.4.2 Boa fé objetiva.....	21
CAPÍTULO 2 O CONTRATO DE ADESÃO.....	22
2.1 Considerações gerais.....	22
2.2 Sujeitos envolvidos.....	23
2.2.1 Conceito de consumidor.....	24
2.2.2 Conceito fornecedor.....	28
2.3 Características.....	29
2.4 Conceito de contrato de adesão.....	30
CAPÍTULO 3 O CONTRATO DE ADESÃO E O PRINCÍPIO DA MANIFESTAÇÃO DA VONTADE.....	32
3.1 A vontade das partes no contrato de adesão.....	32
3.2 Limite a autonomia da vontade das partes pelo CDC.....	33
3.3 Formas de limite da autonomia da vontade adotada pelo CDC.....	36
3.3.1 Normas e princípios aplicáveis a celebração do contrato.....	37
3.3.1.1 Obrigatoriedade da boa fé objetiva.....	37
3.3.1.2 Princípio da equivalência.....	38
3.3.1.3 Princípio da igualdade.....	38
3.3.2 Normas voltadas para a execução dos contratos.....	38
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
REFERÊNCIAS.....	43
ANEXOS.....	44

INTRODUÇÃO

O presente trabalho intitulado: a invalidade do princípio da autonomia da vontade das partes no contrato de adesão, tem como finalidade traçar um panorama geral do tema, muito debatido pela doutrina antes do advento do CDC. Ele foi criado com o intuito de preencher a lacuna da legislação de então incompatível com exigências das práticas comerciais da sociedade de massa.

A metodologia empregada foi a pesquisa bibliográfica em diversas doutrinas do direito do consumidor; a exegético jurídica na legislação do Direito do consumidor, na legislação civil, sendo que apenas o novo Código Civil se refere a ele, e na legislação esparsa que traz normas voltadas para alguns casos específicos de relações de consumo; e a interpretativa com análise dos elementos da realidade de fato relacionados com o tema.

A questão central do estudo é saber se o CDC realmente trouxe solução para o problema da incompatibilidade da forma contratual praticada pela sociedade de massa com as normas e princípios do direito anterior a sua vigência.

A modalidade contratual adotada de forma unânime para reger as relações de consumo da sociedade de massa é o contrato de adesão. Na sua celebração de um lado figura o fornecedor pessoa que comercializa bens ou presta serviços, sendo ele o predisponente e do outro o consumidor que os adquire sendo na relação contratual o aderente. Na sociedade moderna os bens são produzidos em série com o uso de tecnologia que permite a produção em larga escala e baixo custo. Em função do baixo custo a demanda é muito grande necessitando de instrumento igualmente hábil para agilizar sua comercialização sendo o contrato de adesão o tipo ideal para esse fim.

Como em tal modalidade de contrato o consumidor apenas adere ao estipulado em cláusulas já elaboradas pelo fornecedor, a manifestação da vontade, força determinante dos contratos no sistema jurídico vigente no passado ele constituiu grave problema.

A essa situação a doutrina apegada as normas e princípios rígidos do direito privado tradicional denominou de "crise dos contratos".

Como a necessidade da sua adoção pela sociedade era tendência irresistível, não era possível viver combatendo seu desencontro com a legislação

vigente. A solução era adotar normas para a proteção do consumidor. No Brasil elas foram previstas na CF de 1988, posteriormente foi promulgada a lei 8.078/ 90 o Código de defesa do consumidor.

Esse trabalho se dirige ao estudo do principal conflito entre o contrato de adesão e as normas e princípio do Direito privado. A manifestação da vontade das partes como fator determinante da obrigatoriedade diante das cláusulas preestabelecidas do contrato de adesão.

CAPÍTULO 1 Aspectos gerais dos contratos

Nesse capítulo será traçado um panorama geral dos contratos, instituto jurídico dos mais importantes para a vida em sociedade. Será abordada sua evolução histórica de forma sucinta demonstrando em linhas gerais as transformações sofridas pelo mesmo no decorrer do tempo no intuito de compreender sua configuração nos dias de hoje.

Será também apresentado o conceito e os princípios fundamentais que sempre regeram os contratos e sua tendência de transformação na atualidade.

1.1 evolução histórica da relação contratual

Os contratos do direito civil foram muito adequados para as sociedades pré-capitalistas do passado em que os negócios eram sempre pessoais com acerto individual de suas cláusulas.

Era o contrato com o artesão, com a costureira, com o agricultor, etc. Mesmo nas feiras onde havia coletividade de pessoas, eram discutidos valor e outros aspectos do negócio.

Hoje tais contratos são exceção, restritos a negócios ocasionais entre indivíduos. É o caso, por exemplo, da compra e venda de bens de uso pessoal de uma pessoa a outra.

A tecnologia moderna possibilitou a produção de bens em alta velocidade. Por isso na sociedade de massa não há interesse nem condições para identificação de cada contratante.

As obrigações contratuais estão intimamente ligadas a questões patrimoniais, elas são o meio de que o homem dispõe para ter acesso a maior parte dos bens de que necessita.

Se por um lado necessitamos de variedade bastante considerável de bens, por outro nossa possibilidade de produzi-los ou extrai-los da natureza na variedade necessária é bem limitada. Daí a necessidade de adquiri-lo de terceiros, o que se faz via de regra através do contrato.

Ele está tão presente na vida em sociedade, suas regras são tão aceitas pela razão humana, que até o historicamente recente século IX, “os doutrinadores tinham a tendência de considerar a teoria geral das obrigações imutáveis assim como o Direito Natural” Venosa (2003, p. 364). De fato, até na atualidade é difícil de vislumbrar na sociedade humana outra forma de circulação de bens e serviços que não seja através das obrigações contratuais.

No Direito Romano, o antigo *ius civile* reconhecia apenas o pacto realizado conforme as formalidades determinadas pelo Estado.

Com o tempo a doutrina passou a considerar a força obrigatória dos contratos realizados sem as formalidades estatais, mas na prática a teoria elaborada não logrou êxito Venosa (2003 p. 365). O valor das formas continuou prevalecendo sobre o conteúdo dos negócios.

É importante observar que essas formalidades diziam respeito apenas a exigibilidade em juízo do cumprimento das obrigações contraídas no negócio jurídico. Segundo Venosa (2003, p. 365 e 366) “o simples pacto convencional não provia ação na justiça” o que demonstra claramente a instrumentalidade da forma exigida. O conteúdo do pacto formal era o mesmo do não formal, ou seja, manifestação da vontade das partes.

Na Europa durante a idade média, predomina o direito obrigacional baseado nos costumes germânicos, que não impunha força obrigacional aos contratos, cuja responsabilidade pelo descumprimento era cobrada mediante emprego da vingança privada e da responsabilidade penal.

Durante o Renascimento, os estudos se voltaram para o Direito Romano considerado mais desenvolvido. Sob influência da Igreja Católica houve inserção de princípios morais nas normas destinadas a reger os contratos, elaboram-se nova legislação em que passa a ser considerado o “princípio da palavra dada nos contratos” Venosa (2003 p. 366).

No século XVI é inserida na codificação napoleônica a regra da força obrigatória dos contratos. A adoção dessa regra na codificação napoleônica foi um verdadeiro retorno a legislação romana, que embora condicionada a formalidades muito rígidas já a previa.

No Brasil, O Código Civil de 1.916 recebeu forte influência da legislação napoleônica eminentemente liberal. A autonomia da vontade se torna o grande fundamento do direito obrigacional, cuja expressão maior é o contrato.

Já no Código civil atual a autonomia da vontade foi bastante atenuada estando a mesma condicionada a função social dos contratos e implica observância dos valores da boa fé e probidade. Tal entendimento vem corroborado no art. 422 de CC de 2002.

1.2 conceito

Contrato é espécie do gênero negócio jurídico. Pode-se dizer que contrato é negócio jurídico de natureza bilateral ou plurilateral, e forma-se do encontro de vontade entre as partes com a finalidade de conciliar interesses constituindo, modificando, ou extinguindo obrigações Maria Helena Diniz (2005 p. 23)

O que motiva a celebração do contrato é o fato de que no patrimônio de um dos contratantes existe algo que possa satisfazer o interesse do outro em cujo patrimônio não se encontra e vice e versa. Os interesses divergentes e as condições diversas do patrimônio de ambos se complementam dando origem ao contrato cujo objetivo é a satisfação de suas vontades.

Definidas as condições do negócio, realiza-se o contrato mediante manifestação expressa das partes. Que pode ser escrita ou verbal nos casos admitidos, a lei lhe confere força obrigatória.

O disposto nas cláusulas contratuais combinado com a norma jurídica que OS rege, constituem normas positivas, que no caso de alguma das partes apresentar desinteresse em seu cumprimento voluntário, será coercitivamente compelido a cumpri-las mediante sanção imposta pela lei.

Ao contrário das normas puramente formais do antigo Direito Romano, as normas do direito moderno se dirigem ao conteúdo do contrato, mas salvo certas exceções, se limitam apenas a estabelecer parâmetros gerais para sua realização, ou a exigir deles o cumprimento de normas genéricas do Direito, como por exemplo, a exigência de capacidade civil das partes, a proibição do tutor contratar com o tutelado CC art. 497 e muitas outras.

Em regra, não há exigência legal de qualquer formalidade na celebração de contratos. As normas que regulamentam os mesmos se fundam na conveniência, e têm o objetivo apenas de evitar abusos ou problemas até mesmo de ordem técnica

que podem surgir em certos casos.

O rol de contratos típicos especificados no nosso Código Civil são apenas exemplificativos. Trata-se de formas contratuais adotados pelos usos e costumes da sociedade que em razão da frequência com que são realizados requerem atenção especial. Os contratos inominados expressamente previstos pelo CC em seu art. 425, deixa aberta todas as possibilidades de acordo que não sejam proibidos por lei.

Outra forma de regulamentação que a legislação contratual institui, é a adoção de princípios.

O contrato é o único instrumento reconhecido por lei para realização dos negócios jurídicos de natureza patrimonial, tão importantes para a sociedade. Dada sua função social, é interesse do Estado que o mesmo se realize sob a égide da moral e da ética, garantia da paz e do bem estar social de um modo geral.

Para tanto a norma impõe que a validade do negócio jurídico seja condicionada a observância de certos princípios que servem de parâmetro genérico, para realização do contrato sem limitar substancialmente a liberdade de contratar. Os princípios de um modo geral são portadores de forte conteúdo ético e moral. Os que regem os contratos se destinam a garantir a lisura dos mesmos.

Dentre os diversos conceitos de contrato existentes na doutrina adotaremos o de R. Limongi França citado em obra de Maria Helena Diniz (2003 p. 24 op. cite) Segundo o qual, "contrato é o acordo de duas ou mais vontades, na conformidade da ordem jurídica, destinado a estabelecer uma regulamentação de interesses entre as partes, com o escopo de adquirir, modificar, ou extinguir relações jurídicas de natureza patrimonial"

1.3 Princípios fundamentais dos contratos

Como mencionado supra os contratos são regidos por princípios que determinam de forma genérica seu conteúdo, forma de celebração e de execução.

Aqui abordar-se-á apenas os princípios fundamentais que são aqueles sem os quais o contrato não tem validade.

1.3.1 Princípio da autonomia da vontade das partes

O fundamento basilar do contrato é a vontade das partes. Ela é a verdadeira razão de ser dos contratos e deve ser livre da influência de qualquer elemento que possa viciá-la. Segundo Santoro-Pasarelli, Maria Helena Diniz (2003 p. 365 op. cite) o negócio jurídico é o ato da autonomia privada com o qual o particular regula por si só seus próprios interesses.

Não se admite coação, pressão, indução ao erro, em fim vício de consentimento de qualquer natureza. O único motivo que deve estar presente na mente dos contratantes na ocasião da celebração do contrato é o benefício que este possa lhes trazer.

O Estado garante este direito através de normas que determinam a observância do princípio da autonomia da vontade das partes, e coíbem práticas destinadas a vicia-la conferindo nulidade ao negócio realizado sem a observância de tais condições. O Art. 171, II assim determina; "Além dos casos expressamente declarados na lei, é anulável o negócio jurídico: por vício resultante de erro, dolo, coação, estado de perigo, lesão ou fraude contra credores".

Na atualidade, entretanto, esse princípio antes quase absoluto, foi bastante limitado por necessidades de ordem pública.

No direito pós revolução industrial, fundado nos valores da doutrina liberal que supervalorizou o individualismo dando ênfase exagerada as relações privadas, esse princípio foi elevado a categoria de "dogma quase intocável" Maria Helena Diniz (2003 p. 33).

Depois se percebeu o problema com a exacerbada liberdade garantida às partes. Se por um lado, a proteção à autonomia da vontade evita eventual prejuízo com a deslealdade de determinado contratante, que pode tentar induzir a celebração do contrato por meios escusos, por outro ela pode dar oportunidade a exploração de uma parte mais fraca por uma mais forte.

Hoje esse princípio se encontra bastante restringido por normas de ordem pública que negam reconhecimento as cláusulas contratuais manifestamente prejudiciais ou desvantajosas para uma parte em detrimento de outra, embora esteja claro que a vontade no momento da contratação estivesse plenamente isenta de vício.

Não é só em razão de coação violenta, do engano ou de qualquer outro vício de consentimento que a pessoa as vezes concorda em aceitar negócio danoso a seu patrimônio.

A pressão imposta pelas circunstâncias muitas vezes também possibilitam a exploração de uma parte pela outra.

Foram amargas experiências históricas que demonstraram quão prejudicial para a sociedade tem sido a força conferida a vontade individual nos contratos livre de limites CD ROM da editora Juris Síntese Milenium (2003, nº. 39).

Na visão política da burguesia não deveria haver qualquer intervenção estatal que viesse a constituir obstáculo a atividade mercantil.

"(..) Em reação a essa situação social repulsiva, inteiramente dominada pela vontade burguesa, a sociedade passou a exigir do Estado maior intervenção nas relações jurídicas, com vistas a limitar as abusividades praticadas pela classe privilegiada.

Foi então no final do século XIX e início do século XX, em especial após a 1ª Grande Guerra, que o Estado passou a intervir significativamente nas relações jurídicas sociais da época, movimento este conhecido como dirigismo contratual, mediante a criação de normas de ordem pública limitativas da autonomia da vontade (...)"

É nesse contexto histórico que surge o princípio da função social do contrato.

1.3.2 Princípio da função social dos contratos

Na nossa legislação ele foi introduzido pelo Novo Código Civil art. 421 que assim determina:

Art. 421. A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato.

Mas como sabemos, o contrato é instituto eminentemente privado. A frase “função social do contrato” é paradoxal.

Ela pode induzir ao seguinte questionamento. Será que todo contrato realizado deve necessariamente beneficiar terceiros? Obviamente que não. A realidade demonstra isso com toda clareza. O contrato é negócio privado e em regra só gera efeito entre as partes.

Ao observar com mais atenção às normas e a doutrina que tratam do assunto ver-se-á que na verdade o que ocorre é que a denominação em análise é pouco clara.

O princípio da função social do contrato se refere aos contratos de um modo geral. Ao instituto jurídico contrato. As normas que contêm tal princípio se destinam a coibir práticas contratuais abusivas com o intuito de impossibilitar a existência de contratos danosos, que apesar de serem praticados individualmente, podem se tornar hábito com a prática reiterada pelas pessoas constituindo grave problema social. No Novo código Civil estas normas constam nos artigos 421 ao 424. No CDC São inúmeras as normas que consagram esse princípio.

O que o direito moderno visa, é que deixe de existir a possibilidade da celebração de contratos danosos e que estes sempre resultem em benefício para as partes envolvidas, resultando conseqüentemente em estabilidade econômica e paz social.

Vale salientar que a vontade das partes permanece como princípio fundamental dos contratos, mesmo os de consumo. O que o direito moderno, sobretudo nas relações de consumo impõe é limites a essa vontade.

No direito atual existem tanto normas voltadas para o conteúdo do contrato em si com imposição de condições de cumprimento a suas cláusulas, art. 422 do CC, como normas voltadas para o campo processual, estipulando formas de interpretação das cláusulas contratuais, art. 423 do CC, presunções de validade, como o que determina o art. 424 do CC.

O ponto culminante da limitação da autonomia da vontade das partes é a possibilidade de questionamento da validade do consensualmente acertado ainda que esteja claramente visível que a vontade tenha estado ausente de vício de consentimento na ocasião de sua celebração.

Dentre outras disposições nosso Código Civil trouxe a seção de um capítulo para tratar dessa questão. Trata-se da seção IV, do Capítulo II, do título V, (art. 478

ao 480) intitulada, "Da resolução por onerosidade excessiva"

Nela está prevista a hipótese de resolução ou modificação do que foi estipulado no contrato por fato superveniente e imprevisível que torne o contrato desequilibrado em relação a um dos contratantes. Considerando que onerosidade é termo genérico e pode ter origens bastante diversas, a conclusão a que se chega é a de que as vontades das partes têm autonomia até onde não resultem em prejuízo a um dos contratantes.

1.3.3 Princípio do consensualismo

Segundo o princípio do consensualismo basta o acordo de vontade das partes para que o contrato seja realizado.

Na negociação as partes determinam os encargos, mensuram os ônus a serem contraídos e as vantagens auferidas. O consenso resultante da negociação cria o contrato com força obrigatória conferida pela ordem jurídica não se exigindo em regra qualquer forma especial para formação da relação contratual.

Encontra-se em nossa legislação alguns contratos que para serem válidos necessitam obedecer determinadas formalidades legais mais convém ressaltar que se trata de exceções. Em regra a celebração dos contratos não exige maiores solenidades.

Para sua validade basta que estejam em conformidade com as normas gerais estabelecidas pela ordem jurídica que tratam apenas de situações genéricas de seu conteúdo não da forma de sua celebração

1.3.4. Princípio da boa fé

A boa fé consiste no compromisso com a lealdade que cada contratante tem um com o outro. O motivo da celebração do contrato é a satisfação do interesse de cada um deles usando para tanto os recursos disponíveis dos respectivos patrimônios.

Como estão envolvidas questões patrimoniais é necessário que haja mensuração, medida de conseqüências, equilíbrio de benefícios, e por fim equilíbrio patrimonial. No direito não se admite enriquecimento sem causa, nem muito menos enriquecimento ilícito.

Como se sabe, na realização do negócio jurídico existe uma atividade intersubjetiva de ambos os contraentes que se funda na análise do negócio. Boa parte dessa análise depende das informações trocadas entre ambos a respeito do objeto e de certos aspectos do negócio. A manifestação da vontade vai depender em boa medida dessas informações, que podem inclusive serem falsas. Se determinada informação for falsa ou incompleta o contratante pode ser induzido ao erro ou engano por conseqüência dela.

Do erro provocado pela informação inadequada ou falta dela, pode resultar vantagem para uma parte e desvantagem para outra, situação que configura flagrante injustiça.

Ao regulamentar os contratos, o direito instituiu o princípio da boa fé, segundo o qual cada contratante é obrigado a se abster de enganar o outro a fim de auferir vantagem do erro.

Toda vantagem do negócio deve ser proveniente das condições que o negócio em si oferece, do valor dos bens envolvido, do poder de um contratante convencer o outro livre de engano de que o negócio convém ao parceiro contratante cuja vontade deve estar livre e desembaraçada com poder de impor suas condições em pé de igualdade.

A legislação pátria consagrou o princípio da boa fé como elemento fundamental dos negócios jurídicos, dentre os quais se destaca os contratos, podendo ele ser invocado pelo contratante prejudicado por eventual fraude cometida contra sua pessoa. Nosso Código Civil trata da nulidade dos negócios jurídicos por erro, coação ou enganos nos arts 113, 187 e 422, infra citados.

Art. 113. Os negócios jurídicos devem ser interpretados conforme a boa-fé e os usos do lugar de sua celebração.

Art. 187. Também comete ato ilícito o titular de um direito que, ao exercê-lo, excede manifestamente os limites impostos pelo seu fim econômico ou social, pela boa-fé ou pelos bons costumes.

Art. 422. Os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

No direito privado em que pelo menos em tese existe a paridade de poder econômico e condições das partes as disposições legais acima são de ampla aplicação.

Hoje com o advento do Código de Defesa do Consumidor, tal princípio foi ainda mais expandido com a adoção por motivo de ordem pública do princípio da boa fé objetiva como será visto a seguir.

1.3.4.1 Boa fé subjetiva

O ato de contratar é eminentemente privado. O princípio da relatividade dos efeitos no negócio jurídico contratual segundo o qual o contrato só produz efeito entre os contratantes, Maria Helena Diniz (2005, p. 41) deixa patente a natureza privada dos contratos. Apenas em situações excepcionais os contratos envolvem pessoas distintas das diretamente envolvidas.

Sendo assim, não se pode conceber que terceiro possa praticar qualquer ato em sua realização ou conclusão ou fazer qualquer alegação com relação ao mesmo.

A legislação do direito privado ao longo dos anos tem deixado a observância da boa fé a cargo exclusivo das partes contratantes.

Ela pertence ao âmbito da consciência de cada um. Sua alegação cabe apenas as partes contratantes, em decorrência de vício no objeto do contrato que a outra parte tinha conhecimento no momento de sua celebração, ou durante sua execução.

A lei nesse caso se limita a tutelar o direito invocado da parte porventura lesada de apurar a existência da má fé e punir seu autor.

Não há parâmetro legal para apuração da má fé subjetiva. O julgamento do caso concreto, cujo questionamento é a existência de dano resultante de erro provocado pelo contratante na prestação de informações incorretas ou incompletas ao outro na ocasião da celebração do contrato ou na sua execução é que vai dizer se houve ou não má fé.

1.3.4.2 Boa fé objetiva

A boa fé objetiva é instituto do direito moderno. Mesmo o direito privado tende a adotá-lo. O novo Código Civil traz normas que tratam da boa fé objetiva. O ápice de sua aplicação, no entanto encontramos no CDC, cujo objetivo é proteger a massa de consumidores, sujeito constituinte das sociedades atuais.

Segundo o CDC consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviço como destinatário final”.

Um dos principais instrumentos de defesa para o consumidor trazido pelo CDC foi a adoção da boa fé objetiva.

O que seria a boa fé objetiva? Poderíamos dizer sucintamente que é o comportamento adotado como boa fé pela sociedade, e positivado pela norma jurídica.

Exige-se segundo esse princípio que o contrato seja realizado com honestidade, lealdade, lisura, sempre sob a luz da verdade etc. Nesse caso a existência do dano é presumida. Se houve comportamento que se enquadre como contrário a ética, ou a moral com a prática de qualquer conduta abusiva, na visão geral e ordinária das pessoas em geral que compões a sociedade durante a celebração ou execução do contrato, seu autor será punido mediante sanção legal sem se questionar da existência de dano efetivo.

A adoção de tais normas terá evidente efeito no campo processual, poupando o consumidor eventualmente prejudicado por comportamento antiético praticado pelo fornecedor, do ônus de provar existência de dano. Não se trata aqui da inversão do ônus da prova, mas da dispensa absoluta dela com relação ao dano. Ainda que não resulte em dano, práticas contra a moral e a ética devem elas ser punidas.

CAPÍTULO 2 O contrato de adesão

No capítulo que segue será elaborado o conceito de contrato de adesão, e descritas suas características.

Demonstrar-se-á que ele se apresenta como único meio eficiente para reger as relações de consumo da sociedade de massa. Ao se explanar as considerações gerais já ficará demonstrada noção razoável da problemática que os envolve e de que a adoção generalizada no Contrato de adesão é imposição irresistível da sociedade moderna.

O estudo dos sujeitos envolvidos na relação de consumo (consumidor e fornecedor) deixará patente que o Direito privado tradicional se apresenta obsoleto para reger as relações entre os mesmos sendo necessária adoção de legislação específica exclusivamente voltada para elas.

2.1 considerações gerais

A forma de contrato do direito civil desenvolvida ao longo dos anos tem sido adequada para a sociedade pré-revolução industrial quando o mesmo era celebrado de forma pessoal. Era o contrato feito com o artesão, com a costureira, com o agricultor, etc.

Ele pressupõe que a elaboração de suas cláusulas seja feita na presença de ambos os contratantes, que se sentam diante de uma mesa em igualdade de condições, expõem seus interesses e acordam a forma de satisfazê-los.

Na sociedade moderna para os contratos de massa esta situação não existe. A população cresceu, as relações de negócio se tornaram cada vez mais impessoais. O indivíduo, consumidor, não procura os bens e serviços de que necessita a pessoa determinada, mas no comércio.

A tecnologia moderna possibilitou a produção de bens em escala tão grande que seria humanamente impossível o acompanhamento de sua distribuição no mercado através da forma de contrato tradicional da legislação Civil.

O modelo de produção adotado pela sociedade de massa foi a produção em

série que consiste na fabricação em larga escala de bens padronizados. Fabricam-se milhares de bens todos iguais em aparência e características técnicas.

Para comercializar esses bens também foi necessário a criação de contratos igualmente padronizados.

Primeiramente convém observar que se os bens já são oferecidos prontos e acabados, não há o que se discutir sobre suas características e se são todos iguais não há porque elaborar contratos diferentes.

Depois deve-se considerar que como a velocidade que o mercado exige para a comercialização é altíssima, necessita-se de forma prática e dinâmica para sua realização. A aplicação do método da produção em série na elaboração do contrato também passou a ser usada na agilização dos negócios.

Como diz Rizzatto Nunes “esse planejamento unilateral tinha que vir acompanhado de um modelo contratual. E este acabou por ter as mesmas características da produção” Rizzatto Nunes (2005, p. 3).

Esse modelo contratual é aquele adotado pelo fornecedor de produto ou serviço para uma sociedade de massa adotando para tanto um contrato de massa chamado pela lei 8.078/91 de contrato de adesão Rizzatto Nunes (2005, p. 04).

Sua principal característica é a unilateralidade de sua elaboração feita exclusivamente pelo fornecedor denominado predisponente para o consumidor denominado aderente.

Ela constitui também sua diferença fundamental do contrato pré-revolução industrial consagrado pelo Direito Civil que tinha na autonomia da vontade das partes seu principal fundamento.

2.2 Sujeitos envolvidos

O contrato de adesão se caracteriza principalmente pela diferença de situação das partes envolvidas, o que resulta em evidente desequilíbrio de condições entre ambas. Por isso antes de tentar defini-lo, faz-se necessários descrevê-las.

Tal modalidade contratual tem se mostrado como meio extremamente eficaz no sentido de agilizar as relações de consumo, tão presente, tão numerosas vezes

repetida entre consumidor e fornecedor na sociedade de massa.

2.2.1 conceito de consumidor

Apesar de não ser tecnicamente recomendado que a lei trouxesse conceitos, pelo risco de se engessar o sentido dos termos, uma vez que positivado pela norma ele só possa ser interpretado conforme seu mandamento ainda que a realidade mostre sua abrangência em outras situações, nosso CDC ousou fazê-lo.

Em seu artigo 2º caput e seu parágrafo único. Ele assim dispõe:

"Art. 2º. Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

A fim de torná-lo mais abrangente o legislador menciona em outros artigos, mais especificamente nos 17 e 29 do CDC, certas situações em que seu sentido deve ser estendido. Mesmo assim o risco permanece. No momento do processo legislativo é impossível prever todas as hipóteses de cobertura de uma lei. Só a doutrina através da discussão permanente e da observância da experiência prática de aplicação do direito poderá adotar conceitos com segurança.

De qualquer modo, como foi esse o conceito adotado, e é ele que será estudado em seus detalhes nesse trabalho para que se tenha noção precisa de seu conteúdo e de seu alcance.

No caput do supracitado artigo encontramos referência ao consumidor típico, figura diretamente envolvida nas relações de consumo. No dizer de Rizzato Nunes, "a definição de consumidor do CDC começa no individual mais concreto e termina no geral mais abstrato (art. 29)" Rizzatto Nunes (2005, p. 72).

O consumidor pode ser pessoa física ou jurídica conforme menciona claramente a disposição legal. O fato que lhe dar a condição de consumidora é a aquisição ou utilização de bens ou serviços como destinatário final.

Ainda que indetermináveis, a coletividade de pessoas que tenham participado da relação de consumo são consideradas consumidoras para efeitos do CDC, conforme determina o parágrafo único do art. 2º. No art. 17 temos a inclusão de qualquer pessoa que seja afetada por evento danoso do produto ou serviço. Seria o caso daqueles que não tenham obtido com recursos próprios o bem ou serviço, mas seriam seus beneficiários a título gratuito.

Em seu art. 29 o CDC conceitua o consumidor como um ente ideal, um ente abstrato, uma espécie de conceito difuso, algo que existe em potencial que presumivelmente existe ainda que não possa ser determinado Rizzatto Nunes (2005, p. 85).

Assim dispõe o art. 29:

“Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

O capítulo que a disposição acima se refere é intitulado “DAS PRÁTICAS COMERCIAIS” ele está dividido em duas seções intituladas, “DA OFERTA” e “DA PUBLICIDADE” respectivamente, de onde se pode concluir que a prática comercial a que ele se refere é aquela dirigida ao público com intuito de atrair o consumidor para seu negócio, daí a justificada presunção.

O fornecedor só realizará o mencionado trabalho, empreendendo esforço e investimento financeiro quando ele constatar que tal consumidor realmente existe.

Fazendo uma interpretação sistemática combinando o art. 29 com o parágrafo único do art. 2º, constata-se que esse consumidor abstrato, difuso, tem proteção em qualquer hipótese de envolvimento direto ou indireto com negócios de determinado fornecedor.

Outra expressão usada pelo CDC que requer estudo, para que se tenha compreensão de seu significado, do qual depende a compreensão do conceito de consumidor é “destinatário final”.

Em aquisição de produtos ou serviços para uso individual o termo não oferece maiores dificuldades. Uma simples interpretação gramatical da lei leva a concluir que destinatário final seria aquele que adquire o produto para satisfazer sua

necessidade pessoal. O bem sai do mercado, do ciclo de produção, e termina em sua mão.

É o caso de uma pessoa que adquire um aparelho de TV para sua casa. Este será usado para satisfazer sua vontade pessoal e está destinado a ficar em seu poder até se acabar.

Na aquisição de bens feita para fins comerciais, no caso em que a pessoa adquire o bem, mas o repassa para terceiro servindo apenas de intermediário do ciclo de produção, fica nitidamente claro que tal relação não a caracteriza como destinatário final, não sendo de consumo essa relação.

É o exemplo típico do comerciante da loja de calçados que os compra e repassa para o cliente. Ou do fabricante de eletrodomésticos que compra de terceiros as peças de determinado aparelho, monta-o e vende no comércio. Ele não é destinatário final simplesmente porque o bem adquirido não permanece em seu patrimônio.

Na verdade a compra realizada nessas circunstâncias não tem a finalidade de satisfazer a necessidade da pessoa do comerciante, mas de possibilitar o exercício de uma atividade, de um trabalho, qual seja o comércio devendo a relação ser regida indubitavelmente pelo direito privado comum civil ou comercial.

Problema complicado surge quando a pessoa adquire determinado bem, não o repassa para terceiros, mas o utiliza na realização de atividade comercial para fins de produção. É o caso das máquinas utilizadas por uma indústria ou de uma frota de ônibus para a prestação de serviço.

Como diz Rizzatto Nunes, esse tipo de relação, eminentemente comercial, além de estar evidentemente fora dos princípios e finalidades do âmbito de cobertura do CDC, sua aplicação às mesmas seria verdadeiro entrave, dado seu alto grau de protecionismo para contratar e garantir Rizzatto Nunes (2005 p. 76). As normas que as rege são sem dúvida as do direito comum.

Há ainda bens que podem ser adquiridos pela pessoa ora para a satisfação das necessidades pessoais, ora como meio de produção de bens ou prestação de serviço para o mercado surgindo dificuldade maior ainda em saber se nessa situação a relação é comercial ou de consumo.

Uma interpretação puramente literal do CDC é absolutamente incapaz de resolver o problema. É necessário apelar para interpretação teleológica indagando-se da vontade da norma, do valor que ela pretende proteger. Os princípios serão de

fundamental importância para essa finalidade.

O ponto de incidência do CDC é a condição do consumidor, sua posição de fragilidade diante do mercado de consumo. As normas nele contidas se destinam a sua proteção.

Indagação necessária para saber se uma relação é ou não de consumo é se a parte que adquire bem ou serviço se encontra nessa condição de hiposuficiência objeto de preocupação do CDC.

O iminente doutrinador Rizzatto Nunes, em obra de referência em direito do consumidor nos fornece parâmetro preciso para distinção entre destinatário final consumidor ou comercial na situação em questão.

Para tanto ele classifica os bens como “típicos de produção” e “bens típicos de consumo”. Bens típicos de produção são aqueles cuja utilização é destinada exclusivamente a produção, que são vendidos as empresas que fabricam outros bens ou prestam serviço no mercado sendo sua aquisição feita mediante negócio comercial Rizzatto Nunes (2005, p. 77). Tais bens não se encontram no mercado de consumo exposto ao público em lojas, as quais o consumidor se dirige para adquiri-lo mediante contrato de adesão.

O contrato entre o fabricante e o adquirente de tais bens é celebrado na forma do direito tradicional, com a presença dos contratantes em paridade de condições diante de uma mesa para acerto de suas cláusulas.

Ambos os envolvidos entendem igualmente do negócio a ser realizado, tanto do ponto de vista técnico, como do ponto de vista da atividade comercial para a qual o bem vai ser utilizado uma vez que o negócio pertence ao ramo de atividade de ambos.

Já os “bens típicos de consumo” no dizer de Rizzatto Nunes são aqueles “fabricados em série, levados ao mercado numa rede de distribuição, com oferta feita por dezenas de meios de comunicação, para que alguém em certo momento o adquira Rizzatto Nunes (2005, p. 76)”.

É nessa situação que o adquirente se torna parte mais fraca da relação contratual se tornando assim necessário a proteção do CDC. Ainda que seja utilizado para fins de produção, o contratante não terá oportunidade de discutir as cláusulas do contrato na aquisição desses bens.

Do exposto se conclui que destinatário final é aquele que adquire bens típicos de consumo para seu uso como destinatário final.

2.2.2 conceito de fornecedor

O CDC também fez questão de conceituar fornecedor em seu art. 3º assim ele dispõe:

Art. 3º. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º. Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

Da disposição legal acima se percebe que, além das pessoas físicas e jurídicas, o CDC também incluiu os entes despersonalizados no conceito de entes despersonalizados como passíveis de serem considerados fornecedores.

O fato que determina que a pessoa seja consumidora é que seus negócios caracterizem atividade, isto é sejam realizados de forma habitual e tenham como destinatários o público em geral.

Novamente a referência aqui é o tipo de negócio realizado. O fornecedor será sempre alguém impessoal e anônimo para o qual também não interessa a identidade da pessoa de quem está adquirindo o produto ou serviço.

Intimamente ligado ao conceito de fornecedor está o de produto e o de serviço. O conceito de produto foi ampliado no parágrafo 1º de seu art. 3º o CDC incluiu os bens móveis imóveis e até os imateriais.

Serviço, ele conceituou no parágrafo 2º do mesmo artigo citado supra, excluindo os de caráter trabalhista.

2.3 Características

A principal característica dos contratos de adesão é a impossibilidade do aderente discutir suas cláusulas, cabendo a ele, como o próprio nome sugere, apenas aceitar e aderir a seu conteúdo.

O CDC estabeleceu em razão disso, as chamadas “cláusulas gerais” que segundo afirma Luiz Netto Lobo, constituem “regulação contratual predisposta unilateralmente e destinadas a se integrar de modo conforme, compulsório, e inalterável a cada contrato de adesão que vier a ser concluído entre o predisponente e o respectivo aderente” Rizzatto Nunes (2005, p. 582 op. cite).

Essas cláusulas conferem aos contratos de adesão as seguintes características:

a) preestabelecimento – As cláusulas preexistem ao negócio realizado entre o predisponente e o aderente.

b) unilateralidade – consequência do preestabelecimento, o fornecedor estabelece as cláusulas sem qualquer participação do consumidor.

c) uniformidade – as cláusulas elaboradas pelo fornecedor para determinado negócio são igualmente adotadas para todos os consumidores.

Além do caráter utilitário destinado a satisfação das condições do mercado, esse procedimento tem algo de interesse público com cunho político e jurídico sendo tutelado pela legislação consumerista e pela Constituição.

A uniformidade dos contratos de adesão está claramente ligada ao princípio da igualdade consagrado no art. 5º caput e incisos da CF.

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

Não é apenas ao poder público e ao legislador que tal princípio se dirige, mas a toda sociedade. Não deve haver nas relações, quer sejam públicas quer sejam privadas, tratamento discriminatório.

O inciso IX do art. 39 o CDC proíbe a recusa do fornecedor de vender bens

ou prestar serviço ao consumidor que se dispõe e tem condições de adquiri-los. Apenas em caso de discriminação pessoal do fornecedor poder-se-ia vislumbrar a mencionada hipótese. Outra situação não justificaria tal comportamento completamente contrário aos objetivos do mesmo no exercício de sua atividade. Está claro que a disposição legal em questão proíbe qualquer discriminação do fornecedor para com o consumidor. No mesmo diapasão está o inciso II do art. 6º proibindo a discriminação entre consumidores.

Quando ao CDC conceitua consumidor no art. 2º, e inclui no conceito, a coletividade de pessoas ainda que indetermináveis, torna ainda mais obrigatória a igualdade de tratamento. Nesse caso a igualdade de tratamento adquire a condição de direito difuso e coletivo.

Finalmente, considerando-se os valores éticos e morais não se pode conceber que em idêntica relação de consumo as pessoas sejam tratadas de forma diferente. A adoção de um contrato uniforme pode não ser a única solução viável para o caso, mas é uma garantia de que será eliminada completamente tal possibilidade.

d) abstração – as cláusulas do contrato de adesão enquanto não firmado o negócio que elas pretendem reger não obrigam ninguém são meras “suposições” de obrigatoriedade.

e) rigidez – essa é a principal característica do contrato de adesão. Em sua celebração as cláusulas não sofrem qualquer mudança pela manifestação da vontade do aderente. Ele simplesmente aceita e adere.

Além dessas características advindas da elaboração do contrato de adesão pelo fornecedor existem outras originadas na lei que também estipula cláusulas gerais ou proíbe a adoção de outras para proteger o consumidor.

As cláusulas determinadas por lei são verdadeiros contrapesos destinados a compensar a condição de hipossuficiência do consumidor na celebração do contrato, procurando igualar as características do contrato de adesão as dos demais tipos de contrato enquanto meio eficaz e justo de realização dos negócios.

2.4 Conceito de contrato de adesão

O CDC conceituou contrato de adesão em seu art. 54 e caput exposto infra,

mas devemos considerar que todas as normas protetoras do Consumidor constantes no Código só se justificam por que o contrato de consumo é de adesão.

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

A existência do próprio CDC só se justifica porque o contrato de consumo, adotado em razão da imposição das circunstâncias criadas pelo modelo de produção e mercado na sociedade de massa, é necessariamente o de adesão.

É na ocasião da contratação que a fragilidade do consumidor se apresenta. A disparidade entre suas condições e as do fornecedor praticamente o impossibilita de manifestar sua vontade. Ao conceituar contrato de adesão o próprio Código deixa claro que nele o consumidor não tem possibilidade de discutir as cláusulas.

Venosa o conceitua como “o típico contrato que se apresenta com todas as suas cláusulas predispostas por uma das partes” Venosa (2003, pg. 382).

Considerando o que já foi explanado no presente estudo pode-se conceituar contrato de adesão como o contrato em que apenas uma das partes manifesta sua vontade elaborando unilateralmente suas cláusulas, enquanto a outra simplesmente adere ao estipulado por elas.

CAPÍTULO 3 Os contratos de adesão e o princípio da manifestação da vontade

Nesse capítulo será tratada a questão básica do presente estudo qual seja a autonomia da manifestação da vontade no contrato de adesão e sua regulamentação pelo CDC.

3.1 A vontade das partes no contrato de adesão

Na atual conjuntura social em que o contrato de adesão é o praticado em quase toda a totalidade dos negócios das sociedades de massa, sua limitação se torna imprescindível para evitar grosseiras injustiças.

Em sua celebração as parte não negociam livremente as cláusulas contratuais. Estas são preestabelecidas pelo fornecedor do bem ou serviço (geralmente empresa) e a outra parte, o consumidor, se limita a aceitar suas cláusulas aderindo a elas sem a possibilidade alguma de modifica-las.

Assim como os produtos ou serviço que o fornecedor põe no mercado a disposição do consumidor, as cláusulas do contrato de adesão são unilateralmente elaboradas por ele. Além das cláusulas estipuladas no contrato, existem também aquelas determinadas por lei.

A condição do consumidor nesse caso é extremamente desvantajosa se apresentando como parte hipossuficiente perante o fornecedor que domina desde o processo de produção a realização do contrato.

A doutrina em geral aponta como situações que deixam o fornecedor em situação de vantagem exacerbada com relação ao consumidor, o fato de que este último não participa do processo de produção impossibilitando assim a determinação de outras características que pudessem a satisfazer eventuais necessidades mais específicas do mesmo; e a situação econômica dele quase sempre superior a do consumidor.

Convém acrescentar mais uma que é a posição de ambos diante do mercado, sobretudo no ramo de negócio do fornecedor. Para ele o mercado é uma atividade, ele tem obrigação e condições de conhecê-lo detalhadamente.

Isso certamente lhe proporciona alguma vantagem ou pelo menos mais condições de se prevenir contra imprevistos, fato que dentre outros justifica a possibilidade de revisão dos contratos prevista pelo CDC.

Logo se percebe que a manifestação da vontade das partes, nesse tipo de contrato fica irremediavelmente comprometida. O princípio da autonomia da vontade, considerado tão fundamental para garantia da lisura do contrato, pelo direito privado tradicional sofre forte golpe na utilização generalizada dessa nova modalidade contratual.

Se no direito privado tradicional em que há o pressuposto de que as partes acordam em igualdade de condições as cláusulas do contrato já se constatava problemas de manifestação da vontade. Imagine-se no contrato de adesão em que o aderente nem se quer presencia sua elaboração.

O que se constata é que por parte do consumidor ela não tem autonomia nenhuma ficando ele se não fosse a proteção jurídica a mercê da sua vontade do fornecedor.

3.2 Limite a autonomia da vontade das partes pelo CDC

Como supra explanado, a manifestação da vontade é o fundamento dos contratos, é a sua razão de ser. Além de ser o motivo primeiro de sua realização ela tem sido durante muito tempo justificativa da força obrigatória do cumprimento de suas cláusulas.

A exigibilidade do cumprimento das cláusulas elaboradas sob sua égide, tem sido considerado dogma jurídico fundamental do direito privado tradicional expresso pelo brocardo latino *pacta sunt servanda*.

Na verdade a afirmação *pacta sunt servanda* é mais que um brocardo. Ela é uma máxima do direito obrigacional que condensa a doutrina do direito privado tradicional construída sob a influência do liberalismo político com seu individualismo exacerbado.

Trata-se de uma afirmação, simples, direta e taxativa que não deixa possibilidade de discussão. Seu significado literal é: os pactos devem ser cumpridos; sua interpretação mais exata, a luz do direito privado é: os pactos devem ser

incondicionalmente cumpridos.

O fato de que o negócio tenha sido realizado mediante a manifestação da vontade consciente das partes desautorizava qualquer questionamento a respeito da obrigatoriedade de seu cumprimento.

No decorrer dos anos, a sociedade percebeu os problemas decorrentes da adoção indiscriminada desse princípio e até mesmo no direito privado passou a impor limites a ele.

No Código Civil de 1916 não existia qualquer limitação ao princípio em estudo, mas a legislação esparsa construída ao longo do século passado o adotara em alguns casos específicos.

A generalização do uso do contrato de adesão para reger as relações de consumo tornaram obrigatória a elaboração de normas destinadas a compensar o enorme desequilíbrio de condições entre os contratantes.

Apesar da clareza de que a celebração do contrato realizado nas condições mencionadas pode dar oportunidade a prática de abuso ao fornecedor, parte manifestamente mais forte, em relação ao consumidor parte evidentemente mais fraca na relação de consumo, situação esta reconhecida unanimemente pela doutrina e pela jurisprudência, não há como evitar nem tão pouco proibi-la.

Seu uso generalizado é imposição da sociedade de massa, e tem tudo a ver com a revolução industrial, com os avanços da tecnologia moderna, com o desenvolvimento sem precedentes dos meios de comunicação, com o altíssimo nível de complexidade a que chegou a economia capitalista, em fim com a realidade social como um todo.

Do exposto se conclui que o contrato de adesão não é apenas uma nova modalidade de contrato surgida na sociedade moderna. Os princípios e normas gerais dos contratos do direito privado não são compatíveis com suas condições e características sendo necessário legislação específica para regê-los. Conforme afirma Venosa referindo-se ao CDC, "até o advento desse diploma podemos afirmar que o consumidor é pessoa desamparada perante a economia de massa e o poder econômico público e privado" Venosa (2005, p. 370).

A solução para o problema foi a adoção de normas protetoras pela ordem jurídica com imposição de limite a vontade da parte mais forte que venha a equilibrar a desigualdade de condições impostas pela realidade.

O novo código cujo projeto iniciou na década de 1970, ou seja, bem antes

da constituição de 1988 e do CDC já incluiu normas limitadoras da aplicação do princípio abrindo oportunidade de questionamento das cláusulas contratuais em certas situações.

Na sua elaboração o legislador já visualizara a necessidade de proteção especial do consumidor na atual conjuntura social, e fez menção direta ao contrato de adesão com normas específicas voltadas para sua proteção.

A proteção ao consumidor foi prevista na nossa Constituição de 1988. No art. 5º da Carta Magna ele está incluído entre os direitos e garantias fundamentais. Ele está também como princípio geral da atividade econômica em seu art. 170. Sua elaboração foi determinada pelo art. 48 do ADCT. "Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor".

As normas destinadas a proteger o consumidor inseridas no CC em sua elaboração que iniciara bem antes do advento do CDC foram totalmente superadas por ele. Elas ficaram praticamente sem uso para as relações de consumo.

Como relatado supra, a vontade em questão no nosso estudo, é aquela livre de qualquer vício de conhecimento. Por autonomia entenda-se a capacidade de determinar o modo de celebração do contrato e a força de obrigar sua execução no modo avençado.

As normas do CDC que impõem limite a vontade das partes se dirigem em regra ao fornecedor que é a parte mais forte da relação contratual tendo possibilidade assim de impor cláusulas abusivas ao consumidor ou praticar outros atos que o prejudique. Mas acabam por limitar também pelo menos reflexamente a vontade do consumidor que em razão de sua hipossuficiência poderia abrir mão de certos benefícios, e aceitar certo prejuízo na realização de um negócio do qual estivesse muito necessitado.

Não se pode esquecer que ao contrário das normas protetora dos contratantes do direito privado tradicional que se limitavam apenas a evitar o vício de consentimento, o CDC proíbe a realização de negócio injusto em qualquer circunstância.

É uma forma de proibir que o consumidor cedendo a pressão das circunstâncias aceite realizar negócio prejudicial a seu patrimônio, sobretudo na ocasião da celebração do contrato.

Em outras palavras, por motivo de ordem pública o CDC torna indisponíveis

certos direitos da pessoa do consumidor que em regra não o são.

Passar-se-á agora a analisar especificamente as disposições legais nele constantes que se voltam para esta finalidade.

O CDC tem uma seção inteira intitulada "Da proteção contratual", dirigida a proteção do consumidor na ocasião da celebração do contrato e durante a execução do mesmo. Mas existem muitas outras disposições legais em outros pontos do Código voltadas para este fim.

Comentaremos aqui apenas as que têm relação direta com a autonomia da manifestação da vontade, objeto de nosso estudo.

3.3 formas de limitação da autonomia da vontade adotada pelo CDC

Com a finalidade de limitar a autonomia da vontade das partes o Código traz normas e princípios que podem ser aplicadas em dois momentos distintos:

Primeiramente existem as normas e princípios de caráter preventivo com a determinação de cláusulas gerais que devem nortear todos os contratos. As cláusulas do contrato que contrariarem as gerais estipuladas pelo CDC são nulas de pleno direito, ou seja, o ordenamento jurídico deixa de garantir sua obrigatoriedade desestimulando possível tentativa de elaborá-las por parte do fornecedor. Essa é a principal forma de proibição da legislação consumerista.

Sem segurança de que seu cumprimento possa ocorrer, o fornecedor que bem pensar se abstém de tentar impor cláusulas injustas ou iníquas ao consumidor.

Depois encontra-se normas a serem aplicadas na execução do contrato cuja finalidade é manter o bom andamento do negócio permitindo revisão ou rescisão contratual sem ônus para o consumidor.

Começaremos a análise da questão pelas normas dirigidas ao ato da celebração do contrato que constituem cláusulas gerais e necessárias a validade de todos os contratos de consumo.

3.3.1 Normas e princípios aplicáveis a celebração do contrato

No art. 51 do CDC encontramos um grande rol de cláusulas gerais que consistem na proibição de cláusulas abusivas nos contratos. Além das cláusulas gerais expressas nesse artigo existem outros que também impõe cláusula geral.

Em razão do grande número de tais disposições tratar-se-á aqui apenas de algumas a título de exemplo. Serão escolhidas aquelas cuja necessidade ocorre com mais frequência.

3.3.1.1 Obrigatoriedade da boa fé objetiva

Uma das principais normas a se observar na elaboração das cláusulas contratuais é exigência da observância da boa fé objetiva, já abordado em ocasião anterior. Sua obrigatoriedade é determinada pelo inciso IV do art. 51 que assim dispõe:

“Art. 51 São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:
(...) IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade”;

§ 1º. Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que:
I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;
II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou o equilíbrio contratual;
III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

3.3.1.2 Princípio da equivalência

Tem tudo a ver com o princípio da boa fé. Diz respeito ao equilíbrio entre ônus contraídos e vantagens auferidas pelo consumidor na realização do negócio.

No CDC ele está previsto no art. 51, IV exposto acima e no § 1º III do mesmo artigo e art. 4º III. Tais dispositivos legais determinam que os contratos sejam realizados de forma equilibrada, ou seja, que a relação entre os ônus e vantagens estejam dentro do razoável.

3.3.1.3 Princípio da igualdade

Proibição de tratamento desigual entre consumidores por nós já explanado no item 2.6 quando tratamos das características do contrato de adesão.

Como os negócios do comerciante estão expostos ao público, motivo que fez com que o conceito de consumidor se estendesse a coletividade e até a massa indeterminada de pessoas não se pode admitir que ele seja tratado de forma discriminatória.

Antes da proibição específica do CDC a tratamento desigual entre consumidores existe a proibição genérica do art. 5º da CF.

3.3.2 Normas voltadas para a execução dos contratos

Dentre as diversas normas voltadas para a proteção do consumidor durante a execução do contrato se destacam duas:

Uma de natureza eminentemente protetora dirigida a interpretação do contrato possibilitando o aderente tirar o máximo de proveito do negócio.

O art. 47 do CDC determina que “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor”.

Outra norma do CDC que amplia a proteção ao consumidor do CC. Em seu

art. 423 ele determina interpretação mais favorável ao consumidor, mas restrita aos casos de cláusulas de sentido ambíguo.

As do CDC devem ser observadas em qualquer situação e em todos os aspectos que envolvam o negócio. Seria o caso, por exemplo, de se adotar interpretação extensiva.

A outra é voltada para a manutenção do equilíbrio contratual. Trata-se da possibilidade de revisão das cláusulas contratuais mesmo que totalmente imprevisíveis. ela pôs fim de vez a alegação do *pacta sunt servanda* por parte do fornecedor como imposição incondicional ao cumprimento do estipulado no contrato.

A legislação civil anterior ao CDC, já impunha certa limitação a ele com a adoção do *Rebus sic standibus*, princípio segundo o qual as cláusulas do contrato podem ser revistas no caso de onerosidade excessiva para uma das partes superveniente ao contrato em razão de fato externo não previsível no momento da celebração. No Direito do consumo a revisão é permitida incondicionalmente.

Veja-se o que dispõe o art. 6º do CDC:

Art. 6º. São direitos básicos do consumidor:

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

No dizer de Rizzatto Nunes, a possibilidade de revisão das cláusulas contratuais em favor do consumidor que se torne excessiva em razão de qualquer fato superveniente a celebração do contrato encontra respaldo nos princípios do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor art. 4º I, e do equilíbrio e boa fé art. 4º, III Rizzatto Nunes (2005, p. 569).

O que se pode concluir é que o acordo estipulado nas cláusulas do contrato de adesão por si só não obriga o consumidor. Sua obrigatoriedade depende da observância das já mencionadas condições estipuladas por lei e também da permanência das circunstâncias em que ele se realizou. Na melhor das hipóteses, poder-se-ia até dizer, mesmo na hipótese de celebração do contrato de consumo nas condições e formas ideais, a obrigatoriedade de seu cumprimento fica sempre

pendente.

A determinação em questão constitui uma verdadeira cláusula geral aberta a influência das circunstâncias cuja força é superior a do consensualmente estipulado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho realizado foi trazer de volta discussão doutrinária anterior ao CDC relativa ao tema polêmico da hiposuficiência do consumidor no ato da celebração do contrato de adesão.

Como fora exposto, a mencionada situação sem dúvida propiciava a possibilidade de abuso por parte do fornecedor parte evidentemente mais forte da relação contratual resultando em prejuízo para o consumidor.

Sem possibilidade de manifestar sua vontade, estando a mercê do exclusivo poder de decisão do fornecedor ele se via abrigado até a admitir abusos contra sua pessoa sem nada poder fazer. Foi com o intuito de trazer solução para este problema que surgiu o CDC.

A primeira atitude do legislador foi reconhecer que a problemática fazia parte de uma nova realidade social e jurídica. O fato é que surgiu um tipo de prática contratual rapidamente aceita e consagrada pela sociedade, mas incompatíveis com a legislação e os princípios do direito obrigacional vigentes.

Depois foi necessário tentar compreender o problema, analisando os fatos, buscando a forma de resolver-lo na doutrina que debatera por muito tempo a questão, e na jurisprudência que procurou tratar com justiça as questões que os envolvia.

Concluiu-se que, se a manifestação da vontade do consumidor ficou completamente impossibilitada na nova modalidade contratual. Sendo assim, ao contrário do que ocorria na forma de contrato tradicional, ela não poderia ser alegada como justificativa exclusiva para a obrigatoriedade do cumprimento do estipulado nas cláusulas do contrato de consumo.

Já que o núcleo do problema era o desequilíbrio nas condições das partes envolvidas a solução consistia em restaurá-lo. Para tanto em substituição ao princípio da autonomia da vontade das partes adotou-se como parâmetro para celebração e execução dos contratos de adesão o princípio da equidade e da equivalência. A proibição do enriquecimento sem causa, que é aquele injusto, originado de vantagem que não corresponde a realidade dos negócios, sempre foi princípio geral do Direito. No CDC ele é componente de inúmeras normas nele contidas.

Elas exigem que a proporção entre ônus contraído e vantagem auferida fique sempre dentro do razoável, tanto na celebração do contrato como em sua execução.

Para equilibrar o contrato de adesão no que diz respeito a manifestação da vontade, o CDC instituiu cláusulas gerais vantajosas para o consumidor, ou proibitivas de cláusulas que possam lhe causar prejuízo.

Assim o desequilíbrio de fato natural nas relações de consumo é compensado por suas normas protetoras.

De certa forma ele toma parte do consumidor no contrato de consumo tornando-se um subsídio à manifestação da vontade da parte, cerceada pelas condições desiguais do contrato de adesão.

No que diz respeito a sua eficácia, o CDC tem se mostrado bastante eficiente. Prova disso é que depois de dezesseis anos de vigência ele apresenta pouquíssimas alterações conforme se pode constatar em seu texto, anexo a esse trabalho.

Se ele não trouxe solução completa e definitiva para a problemática em questão ele pelo menos apontou a direção que deve ser seguida pelo Direito ao tratar das relações de consumo tão importantes na sociedade atual.

REFERÊNCIAS

CABEÇAS, O *princípio da função social dos contratos*. CD ROM Nº 39. São Paulo: Síntese, 2003.

DINIZ, Maria Helena. *Teoria das Obrigações Contratuais e Extracontratuais*. 21ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

DINIZ, Maria Helena. *Teoria Geral das Obrigações*. 20ª ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

NUNES, Rizzato. *Curso de Direito do Consumidor*. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

VENOSA, Sílvio de Salvo. *Teoria Geral das Obrigações e Teoria Geral dos contratos*. 3ª edição São Paulo: Atlas, 2003.

ANEXO

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I **Dos Direitos do Consumidor**

CAPÍTULO I **Disposições Gerais**

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPÍTULO II **Da Política Nacional de Relações de Consumo**

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

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

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

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

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

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

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

§ 1º (Vetado).

§ 2º (Vetado).

CAPÍTULO III Dos Direitos Básicos do Consumidor

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

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

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV

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

SEÇÃO I

Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º O fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto.

Art. 10. O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.

§ 1º O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.

§ 2º Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.

§ 3º Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.

Art. 11. (Vetado).

SEÇÃO II

Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - sua apresentação;
- II - o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

- I - que não colocou o produto no mercado;
- II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- III - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

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

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, segundo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

- I - o modo de seu fornecimento;
- II - o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;
- III - a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

- I - que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- II - a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Art. 15. (Vetado).

Art. 16. (Vetado).

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

SEÇÃO III

Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

- I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I - os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II - os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III - os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

III - a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

§ 1º Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

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

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

Art. 23. A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

Art. 24. A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expreso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

SEÇÃO IV Da Decadência e da Prescrição

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I - a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II - (Vetado).

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Parágrafo único. (Vetado).

SEÇÃO V

Da Desconsideração da Personalidade Jurídica

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§ 1º (Vetado).

§ 2º As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 3º As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 4º As sociedades coligadas só responderão por culpa.

§ 5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

CAPÍTULO V

Das Práticas Comerciais

SEÇÃO I

Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

SEÇÃO II

Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

SEÇÃO III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 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.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

SEÇÃO IV Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Incluído pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da converção na Lei nº 9.870, de 23.11.1999

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Incluído pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Incluído pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

SEÇÃO V Da Cobrança de Dívidas

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

SEÇÃO VI Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (Vetado).

CAPÍTULO VI Da Proteção Contratual

SEÇÃO I

Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

SEÇÃO II

Das Cláusulas Abusivas

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I - impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

III - transfiram responsabilidades a terceiros;

IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

V - (Vetado);

VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem;

VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;

IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;

X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;

XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;

XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;

XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;

XIV - infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais;

XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

XVI - possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vontade que:

I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

§ 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.

§ 3º (Vetado).

§ 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

I - preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;

II - montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;

III - acréscimos legalmente previstos;

IV - número e periodicidade das prestações;

V - soma total a pagar, com e sem financiamento.

§ 1º As multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigações no seu termo não poderão ser superiores a dois por cento do valor da prestação. (Redação dada pela Lei nº 9.298, de 1º.8.1996)

§ 2º É assegurado ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.

§ 3º (Vetado).

Art. 53. Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado.

§ 1º (Vetado).

§ 2º Nos contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, a compensação ou a restituição das parcelas quitadas, na forma deste artigo, terá descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízos que o desistente ou inadimplente causar ao grupo.

§ 3º Os contratos de que trata o caput deste artigo serão expressos em moeda corrente nacional.

SEÇÃO III Dos Contratos de Adesão

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

§ 5º (Vetado)

CAPÍTULO VII Das Sanções Administrativas

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de

consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (Vetado).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.5.1993)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 6.9.1993)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (Vetado)

§ 3º (Vetado).

TÍTULO II Das Infrações Penais

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes.

Art. 62. (Vetado).

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. Incurrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo.

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:

Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incurrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposos;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:

Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:

I - serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;

II - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

III - dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;

IV - quando cometidos:

a) por servidor público, ou por pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;

b) em detrimento de operário ou rurícola; de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental interditadas ou não;

V - serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais.

Art. 77. A pena pecuniária prevista nesta Seção será fixada em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa da liberdade cominada ao crime. Na individualização desta multa, o juiz observará o disposto no art. 60, §1º do Código Penal.

Art. 78. Além das penas privativas de liberdade e de multa, podem ser impostas, cumulativa ou alternadamente, observado o disposto nos arts. 44 a 47, do Código Penal:

I - a interdição temporária de direitos;

II - a publicação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, às expensas do condenado, de notícia sobre os fatos e a condenação;

III - a prestação de serviços à comunidade.

Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

Parágrafo único. Se assim recomendar a situação econômica do indiciado ou réu, a fiança poderá ser:

- a) reduzida até a metade do seu valor mínimo;
- b) aumentada pelo juiz até vinte vezes.

Art. 80. No processo penal atinente aos crimes previstos neste código, bem como a outros crimes e contravenções que envolvam relações de consumo, poderão intervir, como assistentes do Ministério Público, os legitimados indicados no art. 82, inciso III e IV, aos quais também é facultado propor ação penal subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

TÍTULO III Da Defesa do Consumidor em Juízo

CAPÍTULO I Disposições Gerais

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I - o Ministério Público,

II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (Vetado).

§ 3º (Vetado).

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 84. Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

§ 1º A conversão da obrigação em perdas e danos somente será admissível se por elas optar o autor ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente.

§ 2º A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (art. 287, do Código de Processo Civil).

§ 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

§ 4º O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.

§ 5º Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz determinar as medidas necessárias, tais como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial.

Art. 85. (Vetado).

Art. 86. (Vetado).

Art. 87. Nas ações coletivas de que trata este código não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogados, custas e despesas processuais.

Parágrafo único. Em caso de litigância de má-fé, a associação autora e os diretores responsáveis pela propositura da ação serão solidariamente condenados em honorários advocatícios e ao décuplo das custas, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos.

Art. 88. Na hipótese do art. 13, parágrafo único deste código, a ação de regresso poderá ser ajuizada em processo autônomo, facultada a possibilidade de prosseguir-se nos mesmos autos, vedada a denunciação da lide.

Art. 89. (Vetado).

Art. 90. Aplicam-se às ações previstas neste título as normas do Código de Processo Civil e da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, inclusive no que respeita ao inquérito civil, naquilo que não contrariar suas disposições.

CAPÍTULO II

Das Ações Coletivas Para a Defesa de Interesses Individuais Homogêneos

Art. 91. Os legitimados de que trata o art. 82 poderão propor, em nome próprio e no interesse das vítimas ou seus sucessores, ação civil coletiva de responsabilidade pelos danos individualmente sofridos, de acordo com o disposto nos artigos seguintes. (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

Art. 92. O Ministério Público, se não ajuizar a ação, atuará sempre como fiscal da lei.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 93. Ressalvada a competência da Justiça Federal, é competente para a causa a justiça local:

I - no foro do lugar onde ocorreu ou deva ocorrer o dano, quando de âmbito local;

II - no foro da Capital do Estado ou no do Distrito Federal, para os danos de âmbito nacional ou regional, aplicando-se as regras do Código de Processo Civil aos casos de competência concorrente.

Art. 94. Proposta a ação, será publicado edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, sem prejuízo de ampla divulgação pelos meios de comunicação social por parte dos órgãos de defesa do consumidor.

Art. 95. Em caso de procedência do pedido, a condenação será genérica, fixando a responsabilidade do réu pelos danos causados.

Art. 96. (Vetado).

Art. 97. A liquidação e a execução de sentença poderão ser promovidas pela vítima e seus sucessores, assim como pelos legitimados de que trata o art. 82.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 98. A execução poderá ser coletiva, sendo promovida pelos legitimados de que trata o art. 82, abrangendo as vítimas cujas indenizações já tiveram sido fixadas em sentença de liquidação, sem prejuízo do ajuizamento de outras execuções. (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

§ 1º A execução coletiva far-se-á com base em certidão das sentenças de liquidação, da qual deverá constar a ocorrência ou não do trânsito em julgado.

§ 2º É competente para a execução o juízo:

I - da liquidação da sentença ou da ação condenatória, no caso de execução individual;

II - da ação condenatória, quando coletiva a execução.

Art. 99. Em caso de concurso de créditos decorrentes de condenação prevista na Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985 e de indenizações pelos prejuízos individuais resultantes do mesmo evento danoso, estas terão preferência no pagamento.

Parágrafo único. Para efeito do disposto neste artigo, a destinação da importância recolhida ao fundo criado pela Lei nº 7.347 de 24 de julho de 1985, ficará sustada enquanto pendentes de decisão de segundo grau as ações de indenização pelos danos individuais, salvo

na hipótese de o patrimônio do devedor ser manifestamente suficiente para responder pela integralidade das dívidas.

Art. 100. Decorrido o prazo de um ano sem habilitação de interessados em número compatível com a gravidade do dano, poderão os legitimados do art. 82 promover a liquidação e execução da indenização devida.

Parágrafo único. O produto da indenização devida reverterá para o fundo criado pela Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985.

CAPÍTULO III

Das Ações de Responsabilidade do Fornecedor de Produtos e Serviços

Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:

I - a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

II - o réu que houver contratado seguro de responsabilidade poderá chamar ao processo o segurador, vedada a integração do contraditório pelo Instituto de Resseguros do Brasil. Nesta hipótese, a sentença que julgar procedente o pedido condenará o réu nos termos do art. 80 do Código de Processo Civil. Se o réu houver sido declarado falido, o síndico será intimado a informar a existência de seguro de responsabilidade, facultando-se, em caso afirmativo, o ajuizamento de ação de indenização diretamente contra o segurador, vedada a denúncia da lide ao Instituto de Resseguros do Brasil e dispensado o litisconsórcio obrigatório com este.

Art. 102. Os legitimados a agir na forma deste código poderão propor ação visando compelir o Poder Público competente a proibir, em todo o território nacional, a produção, divulgação distribuição ou venda, ou a determinar a alteração na composição, estrutura, fórmula ou acondicionamento de produto, cujo uso ou consumo regular se revele nocivo ou perigoso à saúde pública e à incolumidade pessoal.

§ 1º (Vetado).

§ 2º (Vetado)

CAPÍTULO IV

Da Coisa Julgada

Art. 103. Nas ações coletivas de que trata este código, a sentença fará coisa julgada:

I - erga omnes, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação, com idêntico fundamento valendo-se de nova prova, na hipótese do inciso I do parágrafo único do art. 81;

II - ultra partes, mas limitadamente ao grupo, categoria ou classe, salvo improcedência por insuficiência de provas, nos termos do inciso anterior, quando se tratar da hipótese prevista no inciso II do parágrafo único do art. 81;

III - erga omnes, apenas no caso de procedência do pedido, para beneficiar todas as vítimas e seus sucessores, na hipótese do inciso III do parágrafo único do art. 81.

§ 1º Os efeitos da coisa julgada previstos nos incisos I e II não prejudicarão interesses e direitos individuais dos integrantes da coletividade, do grupo, categoria ou classe.

§ 2º Na hipótese prevista no inciso III, em caso de improcedência do pedido, os interessados que não tiverem intervindo no processo como litisconsortes poderão propor ação de indenização a título individual.

§ 3º Os efeitos da coisa julgada de que cuida o art. 16, combinado com o art. 13 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, não prejudicarão as ações de indenização por danos pessoalmente sofridos, propostas individualmente ou na forma prevista neste código, mas, se procedente o pedido, beneficiarão as vítimas e seus sucessores, que poderão proceder à liquidação e à execução, nos termos dos arts. 96 a 99.

§ 4º Aplica-se o disposto no parágrafo anterior à sentença penal condenatória.

Art. 104. As ações coletivas, previstas nos incisos I e II e do parágrafo único do art. 81, não induzem litispendência para as ações individuais, mas os efeitos da coisa julgada erga omnes ou ultra partes a que aludem os incisos II e III do artigo anterior não beneficiarão os autores das ações individuais, se não for requerida sua suspensão no prazo de trinta dias, a contar da ciência nos autos do ajuizamento da ação coletiva.

TÍTULO IV

Do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I - planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor;

II - receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III - prestar aos consumidores orientação permanente sobre seus direitos e garantias;

IV - informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação;

V - solicitar à polícia judiciária a instauração de inquérito policial para a apreciação de delito contra os consumidores, nos termos da legislação vigente;

VI - representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições;

VII - levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violem os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores;

VIII - solicitar o concurso de órgãos e entidades da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios, bem como auxiliar a fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços;

IX - incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais;

X - (Vetado).

XI - (Vetado).

XII - (Vetado).

XIII - desenvolver outras atividades compatíveis com suas finalidades.

Parágrafo único. Para a consecução de seus objetivos, o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor poderá solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnico-científica.

TÍTULO V Da Convenção Coletiva de Consumo

Art. 107. As entidades civis de consumidores e as associações de fornecedores ou sindicatos de categoria econômica podem regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições relativas ao preço, à qualidade, à quantidade, à garantia e características de produtos e serviços, bem como à reclamação e composição do conflito de consumo.

§ 1º A convenção tornar-se-á obrigatória a partir do registro do instrumento no cartório de títulos e documentos.

§ 2º A convenção somente obrigará os filiados às entidades signatárias.

§ 3º Não se exime de cumprir a convenção o fornecedor que se desligar da entidade em data posterior ao registro do instrumento.

Art. 108. (Vetado).

TÍTULO VI Disposições Finais

Art. 109. (Vetado).

Art. 110. Acrescente-se o seguinte inciso IV ao art. 1º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985:

"IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo".

Art. 111. O inciso II do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

"II - inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao meio ambiente, ao consumidor, ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo".

Art. 112. O § 3º do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

"§ 3º Em caso de desistência infundada ou abandono da ação por associação legitimada, o Ministério Público ou outro legitimado assumirá a titularidade ativa".

Art. 113. Acrescente-se os seguintes §§ 4º, 5º e 6º ao art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985:

"§ 4.º O requisito da pré-constituição poderá ser dispensado pelo juiz, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 5.º Admitir-se-á o litisconsórcio facultativo entre os Ministérios Públicos da União, do Distrito Federal e dos Estados na defesa dos interesses e direitos de que cuida esta lei. (Vide Mensagem de veto) (Vide REsp 222582 /MG - STJ)

§ 6.º Os órgãos públicos legitimados poderão tomar dos interessados compromisso de ajustamento de sua conduta às exigências legais, mediante combinações, que terá eficácia de título executivo extrajudicial". (Vide Mensagem de veto) (Vide REsp 222582 /MG - STJ)

Art. 114. O art. 15 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

"Art. 15. Decorridos sessenta dias do trânsito em julgado da sentença condenatória, sem que a associação autora lhe promova a execução, deverá fazê-lo o Ministério Público, facultada igual iniciativa aos demais legitimados".

Art. 115. Suprima-se o caput do art. 17 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passando o parágrafo único a constituir o caput, com a seguinte redação:

"Art. 17. Em caso de litigância de má-fé, a danos".

Art. 116. Dê-se a seguinte redação ao art. 18 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985:

"Art. 18. Nas ações de que trata esta lei, não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogado, custas e despesas processuais".

Art. 117. Acrescente-se à Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, o seguinte dispositivo, reenumerando-se os seguintes:

"Art. 21. Aplicam-se à defesa dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais, no que for cabível, os dispositivos do Título III da lei que instituiu o Código de Defesa do Consumidor".

Art. 118. Este código entrará em vigor dentro de cento e oitenta dias a contar de sua publicação.

Art. 119. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 11 de setembro de 1990; 169º da Independência e 102º da República.

FERNANDO COLLOR

Bernardo Cabral

Zélia M. Cardoso de Mello

Ozires Silva