

FUNDAÇÃO DE ENSINO “EURÍPIDES SOARES DA ROCHA”
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARÍLIA – UNIVEM
CURSO DE DIREITO

GABRIEL MAURÍCIO CORTEZ PIVATO

**DIFERENÇA DO DANO MORAL E DO MERO ABORRECIMENTO
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

MARÍLIA
2017

GABRIEL MAURÍCIO CORTEZ PIVATO

**DIFERENÇA DO DANO MORAL E DO MERO ABORRECIMENTO
NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

Trabalho de Curso apresentado ao Curso de Direito da Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília – UNIVEM, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientadora:
Profa. Msc. Daniela Ferreira Dias
Batista

MARÍLIA
2017

PIVATO, Gabriel Maurício Cortez.

Diferença do Dano moral e do mero aborrecimento nas relações de consumo. /Gabriel Maurício Cortez Pivato; orientadora: Profa. Daniela Ferreira Dias Batista. Marília, SP, 2017.

nº de páginas: 42 fls.

Trabalho de Curso (Graduação em Direito) - Curso de Direito, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Mantenedora do Centro Universitário Eurípides de Marília –UNIVEM, Marília, 2017.

1. Direito do consumidor. 2. Fornecedor. 3. Reparação. 4. Responsabilidade objetiva.

CDD: 342.145

Dedico este trabalho aos meus pais Oséias e Rosânia pelo carinho, compreensão, amor e por terem fornecido o alicerce necessário para que eu chegasse até aqui e realizasse um grande sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, Todo Poderoso, pela força que me deu para chegar até aqui.

Agradeço, também, a minha orientadora Prof^a Msc. Daniela Ferreira Dias Batista pelo apoio e paciência.

A minha família por terme ajudado quando eu mais precisei.

A minha namorada Nataly pela compreensão e por estar ao meu lado em todos os momentos.

Aos meus amigos da faculdade que sempre estiveram ao meu lado e me incentivaram em todos os momentos.

“O Senhor, pois, é aquele que vai diante de ti: ele será contigo, não te deixará nem te desampará; não temas, nem te espantes”

Deuteronômio 31:8

PIVATO, Gabriel Maurício Cortez. **Diferença do Dano moral e do mero aborrecimento nas relações de consumo**. 2017. 42 fls. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito). Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2017.

RESUMO

O presente estudo investiga a ocorrência do mero aborrecimento ou do dano moral nas relações de consumo. Apresenta-se os princípios basilares do direito consumerista brasileiro e da responsabilidade civil objetiva para subsidiar o capítulo subsequente que trata efetivamente da ocorrência de aborrecimento relevante ou mero aborrecimento nas relações de consumo. Expõe-se os elementos subjetivos da relação jurídica de consumo, as teorias finalista e maximalista e os elementos objetivos da relação jurídica de consumo: produto e serviço. Noutra giro, aborda a responsabilidade civil pelo fato e vício do produto, a teoria do risco do negócio, as excludentes da responsabilidade objetiva do fornecedor. Na discussão sobre o mero aborrecimento busca-se situar o problema no contexto dos preceitos necessários para a consecução efetiva da indenização por dano moral. Aponta-se o mero aborrecimento como contramedida ao problema contemporâneo do incremento quantitativo de indenizações por danos morais. De posse dos fundamentos para se diferenciar o dano moral do mero aborrecimento, analisa-se, por fim decisões dos tribunais superiores sobre a temática. Conclui-se que a correta aplicação dos regramentos para o enquadramento da lide em dano moral ou mero aborrecimento dependerá de uma análise pormenorizada da mesma a fim de se verificar a ocorrência dos diferenciais distintivos para a sua caracterização e afastamento da possibilidade de mero aborrecimento ou dissabor cotidiano.

Palavras-chave: Dano moral. Direito do consumidor. Dissabor cotidiano. Jurisprudência.

PIVATO, Gabriel Maurício Cortez. **Diferença do Dano moral e do mero aborrecimento nas relações de consumo.** 2017. 42 fls. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito). Centro Universitário Eurípides de Marília, Fundação de Ensino “Eurípides Soares da Rocha”, Marília, 2017.

ABSTRACT

The present study investigates the occurrence of mere annoyance or moral damage in consumer relations. It presents the basic principles of Brazilian consumer law and objective civil liability to subsidize the subsequent chapter that deals effectively with the occurrence of relevant annoyance or mere annoyance in consumer relations. It exposes the subjective elements of the legal relationship of consumption, the finalist and maximalist theories and the objective elements of the legal relationship of consumption: product and service. In another twist, it addresses civil liability for the fact and vice of the product, the theory of business risk, the exclusions of the objective liability of the supplier. In the discussion of mere annoyance it is sought to situate the problem in the context of the necessary precepts for the effective attainment of compensation for moral damages. The mere annoyance is pointed as a countermeasure to the contemporary problem of the quantitative increase of indemnifications for moral damages. Having the foundations to differentiate the moral damage from mere annoyance, we analyze, finally, decisions of the higher courts on the subject. It is concluded that the correct application of the rules for dealing with moral damage or mere annoyance will depend on a detailed analysis of the same in order to verify the occurrence of distinctive differentials for their characterization and removal from the possibility of mere annoyance or displeasure daily.

Keywords: Moral damage. Consumer law. Daily dissaboration. Jurisprudence.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO.....	11
1.1 Dos princípios gerais na relação jurídica de consumo	11
1.1.1 O princípio da vulnerabilidade.....	11
1.1.2 Princípio da transparência	12
1.1.3 Princípio da boa-fé.....	12
1.1.4 Princípio da equidade.....	12
1.1.5 Princípio da isonomia.....	13
1.2 Do consumidor.....	13
1.2.1 Consumidor equiparado	14
1.3Do fornecedor.....	14
1.3.1 Teorias maximalista e finalista.....	16
2 A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR.....	19
2.1 Responsabilidade civil: noção geral.....	19
2.2 Responsabilidade do fato e vício do produto ou do serviço.....	21
2.3 Teoria do risco do negócio	24
2.4Excludentes da responsabilidade objetiva do fornecedor.....	25
2.4.1 Inexistência do defeito	26
2.4.2 Culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro	27
2.4.3 A exceção da regra para os profissionais liberais.....	27
3 MERO ABORRECIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO	29
3.1 Contextualizando o problema.....	29
3.2 O mero aborrecimento: abrangência e jurisprudência.....	30
3.2.1. As opções conferidas ao consumidor diante do vício de qualidade do produto.....	30
3.2.2 Decurso de tempo suficiente para o consumidor aceitar a oferta.....	32
3.2.3 Deleção de spams.....	32
3.2.4 Convenção de Varsóvia.....	33
3.2.5 Aquisição de veículo novo com vício	35
3.2.6 Demora exagerada em fila de banco	35
CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS.....	38

INTRODUÇÃO

Com a promulgação da Constituição de 1988, inaugurou-se um intenso e prolixo período legislativo no Brasil, com o surgimento de leis e códigos que vieram a contemplar as mais diversas áreas jurídicas.

No bojo deste intenso momento legislativo surge a Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, que institui o Código de Defesa do Consumidor que, além de consagrar o direito consumerista no Brasil, corroborou para a formulação doutrinária contemporânea sobre a responsabilidade civil por danos morais.

O art. 6º, VI e VII firmam-se como parte da contribuição do Código consumerista ao instituto da responsabilidade civil:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

[...]

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.

Em que pese toda a contribuição que o Código trouxe à consolidação doutrinária do instituto da responsabilidade civil, as possibilidades indenizatórias contidas na Lei 8.078/90 nem sempre se aplicam às causas levantadas em juízo, em pormenor, nem sempre a causa excede o dissabor cotidiano ou mero aborrecimento, afastando a indenização por dano moral.

Não sem motivo, o mero aborrecimento, também nominado de dissabor cotidiano, tem se tornado uma expressão comum nas decisões proferidas em ações que tem por objeto o dano moral no bojo do direito consumerista; e não raro, os tribunais superiores vêm rejeitando a reparação civil por dano moral, quando alicerçados no mero aborrecimento.

Neste trabalho será discutida a responsabilidade civil atinente ao dano moral, em específico da configuração e conseqüente aplicação do mero aborrecimento na jurisprudência brasileira, ou seja, quando se reconhece a ocorrência ou não de dano moral.

O estudo teve por fundamento a exploração bibliográfica a fim de firmar bases conceituais que pudessem trazer uma maior compreensão da correlação dano moral x mero aborrecimento.

Pesquisou-se também os julgados dos tribunais superiores sobre a matéria visando aproximar a teoria da prática jurídica contemporânea por meio dos julgados de casos pertinentes à problemática.

Pretende-se confirmar, a partir do exame jurisprudencial, a hipótese de que (em muitos casos) os tribunais superiores têm afastado o dano moral, preteridos à ocorrência tão somente do dissabor cotidiano ou mero aborrecimento.

Em termos de organização, o presente estudo foi estruturado em três capítulos, os quais tratarão respectivamente: 1) Da relação jurídica de consumo; 2) Da responsabilidade civil do fornecedor; 3) Do mero aborrecimento nas relações de consumo.

De posse dos elementos teóricos, serão apresentados julgados que pretendem, como já dito, aproximar a realidade processual à teoria apresentada sobre o problema.

1 DA RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) existe, sobretudo, para proteger a parte hipossuficiente na relação jurídica de consumo: o consumidor.

Por relação jurídica de consumo, entende-se o vínculo jurídico bilateral entre consumidor e fornecedor com o objetivo de adquirir produtos ou utilizar serviços. A relação jurídica de consumo se efetiva, portanto, quando consumidor e fornecedor transacionar produtos ou serviços.

No bojo desta relação jurídica, o Código de Defesa do Consumidor conceitua seus elementos constitutivos: consumidor, fornecedor (subjéctivos), produto e serviço (objectivos).

Este capítulo apresenta uma breve revisão de literatura sobre os fundamentos da relação jurídica de consumo.

1.1 Dos princípios gerais na relação jurídica de consumo

Os princípios gerais nas relações de consumo estão enumerados nos artigos 1º ao 7º do Código de Defesa do Consumidor. Os princípios elencados pelo código são: a vulnerabilidade, a transparência, a boa-fé, a equidade e a isonomia (MARTINS, 2002).

1.1.1 O princípio da vulnerabilidade

Por vulnerabilidade entende-se a “fragilidade dos consumidores, em face dos fornecedores” (FILOMENO, 2010, p. 16).

Martins (2002, p. 8) entende que a vulnerabilidade do consumidor constitui “a viga mestra” das relações de consumo. Para esse autor, a priori, todos os consumidores são presumivelmente vulneráveis.

Garcia (2013, p. 17) identifica três tipos de vulnerabilidade: “a técnica, a jurídica (ou científica) e a fática (ou socioeconômica)”.

A vulnerabilidade técnica é a que o comprador não detém conhecimentos técnicos sobre o produto ou serviço, e pode, em tese, ser iludido com maior facilidade no ato da contratação. A vulnerabilidade jurídica, por sua vez, é a falta de conhecimento jurídico pertinente à relação, como por exemplo: a administração, a economia, a contabilidade, dentre outros. A vulnerabilidade fática é a vulnerabilidade real ante o parceiro de contrato, seja em

razão do poder econômico do fornecedor, pelo monopólio, ou em razão da essência do serviço que presta, estabelecendo na relação contratual um status de superioridade (GARCIA, 2013).

1.1.2 Princípio da transparência

Este princípio visa uma relação mais próxima e adequada entre o fornecedor e o consumidor, “visando à sinceridade no negócio entre ambos os contratantes” (MARTINS, 2002, p. 9).

Para Marques (1998) transparência é a informação clara, precisa acerca do produto e dos termos do contrato que será firmado, implica em respeito e lealdade no relacionamento entre fornecedor e consumidor, ainda que seja na fase que antecede a assinatura do contrato.

1.1.3 Princípio da boa-fé

Segundo Marques (1998) a boa-fé é o princípio orientador por excelência do Código de Defesa do Consumidor. Por boa-fé entende-se que a relação interpessoal deve ser pautada por elevados padrões éticos.

Conforme observado por Martins (2006), a expectativa de um comportamento adequado é um componente que não se pode dissociar da relação. Por isso entende-se que o indivíduo deve agir com lealdade e comportando-se com boa-fé.

No atual Código Civil há um dispositivo referente à boa-fé como norma de conduta, e que aparece em consonância com o enunciado pelo Código de Defesa do Consumidor.

Estabelece o art. 422 do Código Civil que “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.

1.1.4 Princípio da equidade

Encontra-se a equidade como norma-princípio no art. 4 do Código de Defesa do Consumidor, ao exigir que haja equilíbrio nas relações entre consumidor e fornecedor.

Segundo o princípio da equidade, a responsabilidade se atribui a quem tem as melhores condições de suportar o prejuízo do ponto de vista econômico (PÜSCHEL, 2005).

A palavra equidade está ligada à noção de equilíbrio, equitativo, à busca por uma solução justa e equilibrada nas relações de consumo sendo revelada por intermédio dos

critérios equitativos que operam em atendimento à necessidade social ao princípio pró-consumidor (MARTINS, 2002).

1.1.5 Princípio da isonomia

A isonomia é um fundamento essencial para a efetiva proteção ao consumidor. Tal princípio estabelece que é preciso que se dê tratamento igualitário aos contendentes, dando tratamento diferente aos sujeitos que estejam em situação jurídica diferente (BASTOS; MARTINS, 2000).

A isonomia tem duplo sentido. Ela se refere, de um lado à igualdade das partes diante da lei (o que se denomina de isonomia formal), por outro diz respeito ao tratamento que é dispensado às partes pela (ao que se chama isonomia material). A isonomia exige, por um viés, que se trate com igualdade as partes que estão em mesma situação jurídica e, por outro viés, que sejam tratadas de modo distinto as partes que se encontram em situação jurídica diversa (MEIRELLES, 2013).

1.2 Do consumidor

Sob o aspecto econômico, consumidor é todo aquele apto a consumir o produto/serviço da organização: em síntese, é aquele com poder aquisitivo suficiente para realizar uma compra. Também podemos encarar o consumidor como aquele para quem dirigimos uma oferta de produto e serviço, e ele demanda, aguarda, espera, anseia por essa aquisição (GARCIA, CAIM, TRAJANO, 2006).

Consumidor pode ser pessoa, empresa, comerciante, intermediário e até um país. Ele se personaliza pelo ato que efetiva o consumo: compra, contratação, utilização, mesmo que para revenda, uma vez que esta é uma forma que o consumidor pode dispor de um produto (GIACOMINI FILHO, 1991).

No entanto, para uma melhor compreensão do termo consumidor, é útil que se conjugue dois preceitos do Código de Defesa do Consumidor.

O primeiro encontra-se no art. 2º de acordo com o qual consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. No entanto, a idéia básica contida nesse preceito há de ser combinada com uma outra, a de “vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”, que está no art. 4, I, e que é o grande princípio cardeal do Direito do Consumidor. Dessa conjugação resulta que consumidor

é efetivamente o destinatário final dos produtos ou serviços disponibilizados no mercado, como determinado pelo art. 2º, mas que ele não é protegido propriamente por ter essa condição de “destinatário” final, e sim porque é “vulnerável”. Essas duas condições complementam-se: a primeira aponta quem pode ser considerado consumidor, a segunda indica a razão justificativa do especial regime jurídico tutelar (OLIVEIRA; ABREU, 2007).

1.2.1 Consumidor equiparado

Equipara-se ao consumidor à coletividade de pessoas. O art. 2º, parágrafo único, garante à esta coletividade a oportunidade de ser afetada pela relação jurídica de consumo.

Rizzatto Nunes (2012), exemplifica. Cita o autor que a massa falida pode representar o consumidor na relação de consumo quando adquirir produtos.

O consumidor vítima de evento danoso se define pela equiparação as vítimas do evento danoso que ocorreu por fato do produto ou do serviço. O art. 17 do Código de Defesa do Consumidor protege aquelas pessoas que não participaram da relação jurídica de consumo, mas que, eventualmente, sofreram o dano que decorre do consumo.

A leitura do art. 29 da Lei 8.078/90 revela que a norma protege a coletividade de pessoas exposta às práticas abusivas. Este dispositivo legal protege o consumidor da prática comercial mais agressiva, do marketing desenfreado e das garantias e serviços pós-venda insatisfatórios.

Desta forma, não há necessidade de identificar um único consumidor afetado pela abusividade comercial.

1.3 Do fornecedor

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 (art. 3º, caput, Código de Defesa do Consumidor).

Caracteriza o fornecedor o fato de ele desenvolver uma atividade, que vem a ser a soma de atos coordenados para uma finalidade específica (TARTUCE, 2016).

Pensando em termos de gênero e espécie, o gênero 'fornecedor' admite várias espécies: fabricante, produtor, comerciante, etc. O próprio Código de Defesa do Consumidor,

quando trata de todos os fornecedores, usa a expressão “fornecedor” como gênero (RIZZATTO NUNES, 2012).

Fornecedor é uma pessoa física, ou seja, uma pessoa natural, humana. É também uma pessoa jurídica, pública ou privada (nota-se que o estado pode ser parte na relação de consumo como fornecedor), nacional ou estrangeira.

Os entes despersonalizados, ou seja, aqueles que não têm personalidade jurídica, também podem ser qualificados como fornecedor.

Todavia, apenas será tido como fornecedor o agente que desempenha certa atividade de modo habitual, como parte de uma atividade empresarial permanente, contínua.

Quanto à tipologia, o fornecedor pode ser classificado em: fornecedor real, aparente ou presumido. Fornecedor real é o fabricante, o produtor, o construtor. Aparente é o detentor do nome, marca ou signo colocado no produto final. Presumido é o importador de produto industrializado ou “in natura”, é o comerciante de produto anônimo (FILOMENO, 2010).

Uma situação peculiar ocorre na prestação de serviço público de saúde. Neste caso, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) entende que não se aplica o Código de Defesa do Consumidor. Este entendimento decorre do fato de não haver remuneração, propriamente dita, do serviço, mas um custeio de natureza tributária.

PROCESSUAL CIVIL E ADMINISTRATIVO. RESPONSABILIDADE CIVIL DO ESTADO. HOSPITAL DA POLÍCIA MILITAR. ERRO MÉDICO. MORTE DE PACIENTE. INDENIZAÇÃO POR DANOS MATERIAIS E MORAIS. DENÚNCIAÇÃO DA LIDE. FACULTATIVA. 1. Os recorridos ajuizaram ação de ressarcimento por danos materiais e morais contra o Estado do Rio de Janeiro, em razão de suposto erro médico cometido no Hospital da Polícia Militar. 2. Quando o serviço público é prestado diretamente pelo Estado e custeado por meio de receitas tributárias não se caracteriza uma relação de consumo nem se aplicam as regras do Código de Defesa do Consumidor. Precedentes. 3. Nos feitos em que se examina a responsabilidade civil do Estado, a denúncia da lide ao agente causador do suposto dano não é obrigatória. Caberá ao magistrado avaliar se o ingresso do terceiro ocasionará prejuízo à celeridade ou à economia processual. Precedentes. 4. Considerando que o Tribunal a quo se limitou a indeferir a denúncia da lide com base no art. 88, do Código de Defesa do Consumidor, devem os autos retornar à origem para que seja avaliado, de acordo com as circunstâncias fáticas da demanda, se a intervenção de terceiros prejudicará ou não a regular tramitação do processo. 5. Recurso especial provido em parte. (REsp 1187456/RJ, Rel. Ministro CASTRO MEIRA, SEGUNDA TURMA, julgado em 16/11/2010, DJe 01/12/2010)

Bancos, financeiras e seguradoras, a luz do Código de Defesa do Consumidor, também são fornecedores. O STJ, inclusive, editou uma súmula a respeito, a súmula 297, que robustecer o §2º do art. 3º do Código de Defesa do Consumidor.

SÚMULA N. 297 O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.

Referência: Código de Defesa do Consumidor, art. 3º, § 2º. Precedentes:

REsp 57.974-RS (4ª T, 25.04.1995 – DJ 29.05.1995).

REsp 106.888-PR (2ª S, 28.03.2001 – DJ 05.08.2002).

REsp 175.795-RS (3ª T, 09.03.1999 – DJ 10.05.1999) REsp 298.369-RS (3ª T, 26.06.2003 – DJ 25.08.2003).

REsp 387.805-RS (3ª T, 27.06.2002 – DJ 09.09.2002).

Os entes despersonalizados, por seu turno, estão enquadrados no conceito de fornecedor para evitar a ausência de tutela dos interesses do consumidor pela falta de personalidade jurídica do agente que lhe causaria algum dano, como quando uma determinada pessoa jurídica alega que não irá se responsabilizar por acidente de consumo por não deter personalidade jurídica (FILOMENO, 2010).

1.3.1 Teorias maximalista e finalista

Com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, surge duas correntes doutrinárias os maximalistas e os finalistas. A primeira preconiza que a aplicação do Código de Defesa do Consumidor deve ser a mais ampla possível, incluindo as pessoas jurídicas, que devem se beneficiar com a lei consumerista. A segunda, enseja a preservação mais ortodoxa do código, prevendo a efetiva proteção aos mais fracos, sob o risco de banalizar o Código de Defesa do Consumidor, esvaziando o seu alcance (BRAGA NETO, 2013).

A corrente maximalista entende que se a pessoa jurídica ou o consumidor profissional não terceirizar ou revender o produto ou o serviço, ele será considerado destinatário final e, conseqüentemente, consumidor. O que importa para esta teoria é se a parte vai revender o produto e tirá-lo de circulação do mercado de consumo.

A definição do art. 2º (Código de Defesa do Consumidor) deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do Código de Defesa do Consumidor possam ser aplicadas a um número cada vez maior de relações no mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço (MARQUES, 2006, p. 305).

Na corrente finalista, por seu turno, o consumidor empresário é a pessoa jurídica que não pode ser considerado consumidor, uma vez que o consumidor deve ser destinatário final

fático e econômico, aquele que coloca um fim na cadeia produtiva e não o que utiliza o bem para continuar a produzir. O que importa para essa teoria é a finalidade (DENSA, 2011).

No contexto da teoria finalista, a vulnerabilidade pode ser interpretada das seguintes formas: a) técnica: configura-se pela insuficiência ou inexistência de conhecimento técnico do produto ou do serviço adquirido; b) jurídica: quando o consumidor não conhece seus direitos e deveres ou possui dificuldade de entender os termos jurídicos; c) socioeconômica: configura-se quando o consumidor está numa posição econômica inferior ao fornecedor ou por sua condição de integrante da sociedade atual de consumo (BRITO; DUARTE, 2017).

Sobre a possibilidade de mitigação da teoria finalista, observa-se o recente julgado do Superior Tribunal de Justiça:

PROCESSUAL CIVIL. AGRAVO INTERNO NO CONFLITO DE COMPETÊNCIA. RECURSO INTERPOSTO NA ÉGIDE DO NCPC. AÇÃO DE RESCISÃO CONTRATUAL C.C. INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. AÇÃO PROPOSTA POR CONSUMIDOR CONTRA EMPRESA. TEORIA FINALISTA. MITIGAÇÃO. APLICABILIDADE DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. POSSIBILIDADE. VULNERABILIDADE VERIFICADA. CONFLITO CONHECIDO PARA DECLARAR A COMPETÊNCIA DO JUÍZO SUSCITADO. 1. Aplicabilidade do NCPC a este recurso ante os termos no Enunciado Administrativo nº 3 aprovado pelo Plenário do STJ na sessão de 9/3/2016: Aos recursos interpostos com fundamento no CPC/2015 (relativos a decisões publicadas a partir de 18 de março de 2016) serão exigidos os requisitos de admissibilidade recursal na forma do novo CPC. 2. Esta Corte firmou posicionamento no sentido de que a teoria finalista deve ser mitigada nos casos em que a pessoa física ou jurídica, embora não tecnicamente destinatária final do produto ou serviço, apresenta-se em estado de vulnerabilidade ou de submissão da prática abusiva, autorizando a aplicação das normas prevista no Código de Defesa do Consumidor. 3. No caso dos autos, porque reconhecida a vulnerabilidade da autora na relação jurídica estabelecida entre as partes, é competente o Juízo Suscitado para processar e julgar a ação. 4. Agravo interno não provido. (AgInt no CC 146.868/ES, Rel. Ministro MOURA RIBEIRO, SEGUNDA SEÇÃO, julgado em 22/03/2017, DJe 24/03/2017).

O Superior Tribunal de Justiça sublinhou que:

[...] a jurisprudência desta Corte sedimenta-se no sentido da adoção da teoria finalista ou subjetiva para fins de caracterização da pessoa jurídica como consumidora em eventual relação de consumo, devendo, portanto, ser destinatária final econômica do bem ou serviço adquirido. (STJ, CC 92.519, Rei. Min. Fernando Gonçalves, 2ª Seção, DJ 04/03/09).

Em outra decisão o STJ frisou, na linha de precedentes: “a jurisprudência desta Corte tem adotado o critério do destinatário final do produto ou serviço para a caracterização do consumidor” (STJ, REsp 956.695, Rei. Min. Sidnei Beneti, 3a T., DJ 18/12/09).

Assim, ao que parece, a jurisprudência apresenta uma tendência de ampliar o conceito de destinatário final.

2 A RESPONSABILIDADE CIVIL DO FORNECEDOR

Este capítulo apresenta os elementos conceituais sobre responsabilidade civil do fornecedor necessários para a correta interação entre o capítulo antecedente o subsequente, a fim de estabelecer a conexão entre os fundamentos da legislação consumerista e a efetiva ocorrência de dano moral.

2.1 Responsabilidade civil: noção geral

A origem etimológica do vocábulo é a palavra latina *respondere*, de responsabilizar-se, vir garantindo, assegurar, assumir o pagamento do que se obrigou ou do ato que praticou (Carvalho Neto, 2008). Em sentido amplo, responsabilidade é a “obrigação de responder por alguma coisa” (SILVA, 2000, p. 713).

Doutrinariamente, Rodrigues (2003, p. 6) conceitua responsabilidade civil como “a obrigação que pode incumbir uma pessoa a reparar o prejuízo causado a outra, por fato próprio, ou por fato de pessoas ou coisas que dela dependam”.

Quanto aos aspectos históricos, ressalta-se a Revolução Industrial e o conseqüente surgimento da sociedade de consumo exigiram mudanças no Direito Civil, com o objetivo precípua de adequar a legislação civil à realidade e mercado, sobretudo no que diz respeito à proteção da parte mais fraca na relação de consumo (CORREA, 2007).

Para estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo, protegendo a parte hipossuficiente (consumidor) do fornecedor surge a responsabilidade civil (objetiva) que, ao contrário da responsabilidade subjetiva, não depende da comprovação de dolo ou de culpa, algo que seria incompatível em um ambiente de consumo marcado pela desigualdade, tendo de um lado o fornecedor (detentor do monopólio dos meios de produção) e do outro o consumidor-vulnerável, a parte mais fraca na relação de consumo (ALMEIDA, 2013).

A leitura do artigo 12 do Código de Defesa do Consumidor, permite inferir que a responsabilidade civil nas relações de consumo é objetiva, ou seja, independe da prova de culpa.

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.

No que diz respeito à prestação de serviços, o código consumerista brasileiro também consagra a prevalência da responsabilidade objetiva, prescindindo da culpa, em seu art. 14 do Código de Defesa do Consumidor, *in verbis*:

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.

Os motivos pelos quais a responsabilidade objetiva prevaleceu sobre a subjetiva no Código de Defesa do Consumidor foram sumarizados por Filomeno (2010): a produção em massa; a vulnerabilidade do consumidor; a insuficiência da responsabilidade subjetiva; a responsabilização do fornecedor pelos riscos que seus produtos acarretam e; em decorrência de antecedentes legislativos.

A produção em massa tende a despersonalizar a relação de consumo, levando a relação de consumo para a frieza dos números e estatísticas. A produção em escala, por outro lado, aumenta a possibilidade da ocorrência de anomalias nos produtos. Estas características, por regra, fragilizam ainda mais a posição do consumidor (RAGAZZI, 2010).

A vulnerabilidade do consumidor é sempre uma variável presente na relação de consumo, e diz respeito ao “do lado fraco de um assunto ou de uma questão, ou do ponto pelo qual pode ser atacado ou ferido”; à parte que pode ser facilmente manipulada pelo fornecedor nas relações de consumo (DENSA, 2011, p. 27).

Na responsabilidade subjetiva é necessário que se estabeleça a prova da culpa da parte para que se possa responsabilizá-la. Caberia, assim, ao consumidor provar a imprudência, negligência, imperícia ou dolo do fornecedor. No entanto, dada a reconhecida vulnerabilidade do consumidor, prevalece sobre a responsabilidade objetiva sobre a subjetiva, uma vez que é muito custoso ao consumidor demonstrar o dolo ou a culpa do fornecedor.

Decorre deste critério objetivo o fato do fornecedor ter de responder pelos riscos que seus produtos acarretam, e também por que lucra com sua atividade, e o lucro sobre atividade de risco exige a responsabilidade pelos danos decorrentes deste.

Havendo mais de um causador, todos respondem. A responsabilidade, no sistema do Código de Defesa do Consumidor, é solidária. Aponta o código, no parágrafo único do art. 7º: “Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo”. Mais adiante, o art. 25 estabelece, em seu parágrafo 1º: “Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores”.

A responsabilidade civil dá ensejo também a reparação ou a punição pelo dano causado, é o que a doutrina denomina de funções reparadora e punitiva (KHOURY, 2006) (Quadro 1).

Quadro 1. Funções da responsabilidade civil.

Funções da responsabilidade civil	Reparadora	Toma como ponto de partida o lesado, haja vista que “não é justo que ele suporte o prejuízo de um dano a que não deu causa; pelo contrário, foi provocado injustamente por outrem e é este que tem o dever de reparar o dano injusto a que deu causa”.
	Punitiva	Toma como ponto de partida o lesante “que terá de se desfazer de seu patrimônio (na forma de Punitiva um pagamento em dinheiro) para entregá-lo a outrem, com o fim de desestimular condutas violadoras de direitos, como que prevenindo novos ilícitos”.

Fonte: KHOURY (2006).

Assim, é de se concluir que o dever de reparar nasce independentemente da necessidade de se demonstrar a culpa, por força do dispositivo legal expresso ou de risco na atividade, ou seja, pelo simples fato de o agente ter colocado o produto no mercado e esse oferecer risco de perigo e/ou capaz de provocar danos a outrem.

Nesse sentido, Nery Júnior (2004) ensina que a locução independentemente da existência de culpa, é expletiva, pois bastaria que a norma não exigisse como relevante a conduta para afirmar a responsabilidade do fornecedor, que estaríamos diante da hipótese de responsabilidade objetiva.

Também há de se observar que, por meio da responsabilidade objetiva, a vítima não é obrigada a apresentar provas de culpabilidade do agente que causou o dano, cabendo-lhe provar a existência do dano, o defeito existente no produto ou no serviço e o nexo causal entre eles. Contudo, com fulcro nas regras estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor, se a vítima conseguir provar o dano e o nexo causal entre este e o produto ou serviço defeituoso, o defeito é tido por presumido.

2.2 Responsabilidade do fato e vício do produto ou do serviço

A responsabilidade que se encontra prevista no Código de Defesa do Consumidor unificou às duas modalidades de responsabilidades encontradas no Código Civil, a saber: contratual e a extracontratual, criando com isto uma nova: a responsabilidade pelo fato e pelo vício do produto ou do serviço (BRAGA NETTO, 2013).

Neste novo paradigma, o fornecedor será responsabilizado por participar única e exclusivamente da relação jurídica de consumo. É o que se denomina de teoria unitária da responsabilidade civil do fornecedor no Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor divide a responsabilidade pelo vício do produto e a responsabilidade pelo vício do serviço.

Os vícios do produto por qualidade estão disciplinados nos art. 18 e os vícios do produto por quantidade estão disciplinados no art. 19 do Código de Defesa do Consumidor. Já a responsabilidade por vício do serviço está disposta nos arts. 20 e 21 do mesmo diploma legal (DENSA, 2011, p. 77).

No vício ocorre descompasso entre o produto ou serviço e as expectativas do consumidor. Já no fato há dano ao consumidor, atingindo o mesmo em sua integridade física ou moral. O vício atinge o produto, o fato o consumidor (BRAGA NETTO, 2013).

Discorrendo sobre o que se configura vício, manifestou-se a Lobo (1996):

Vício, pois, é todo aquele que impede ou reduz a realização da função ou do fim a que se destinam o produto ou o serviço, afetando a utilidade que o consumidor deles espera. Este desvio da função, desfavorável ao consumidor, segundo a previsão corrente ou convencional, define-se subjetiva e objetivamente (LÔBO, 1996, p. 52).

O vício do produto, segundo Densa (2011)

[...] o torna impróprio ao consumo, produz a desvalia, a diminuição do valor e frustra a expectativa do consumidor, mas sem colocá-lo em risco. Caso o produto inserido no mercado de consumo apresente vícios, deve o fornecedor ressarcir o consumidor pelos prejuízos causados, lembrando que o Código de Defesa do Consumidor adotou a teoria da responsabilidade objetiva, razão pela qual o consumidor não precisa provar a culpa do fornecedor para o recebimento da indenização (DENSA, 2011, p. 77).

Os vícios podem estar relacionados à qualidade ou à quantidade do produto (art. 18, CDC). O legislador disciplinou hipóteses em que os produtos se apresentam impróprios para uso e consumo (art. 18, § 6), estabelecendo três tipos de vícios por inadequação dos produtos: vícios de impropriedade, vícios de diminuição do valor e vícios de disparidade informativa, este último relacionado ao vício de qualidade por falha na informação, por sua relação com o dever de informar (RAGAZZI, 2010).

O vício do serviço, por seu turno, está contemplado no art. 20 do Código de Defesa do Consumidor:

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.

O Código de Defesa do Consumidor estabelece prazo máximo de 30 (trinta) dias (art. 18; §1º) para que o vício seja sanado, não sendo no prazo sanado o vício pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha (art. 18; I, II, III): a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais danos e perdas; o abatimento proporcional do preço.

Portanto, a lei de proteção ao consumidor

Cria para o prestador de serviços o dever jurídico de empregar nos consertos e reparações de quaisquer naturezas, componentes de reposição originais, adequados, novos, de acordo com as especificações técnicas do fabricante. Se não o fizer, ficará caracterizada não só a impropriedade do serviço prestado, como também a inadequação da peça utilizada como componente do produto final, salvo se houver autorização em contrário do consumidor (GRINOVER et al., 2011, p. 169).

A responsabilidade do fornecedor por vício é tipicamente contratual. Sobre ela o Código de Defesa do Consumidor lhe imputa não somente ao fornecedor imediato, mas a toda cadeia produtiva (fabricante, distribuidor, importador).

Sobre a responsabilidade do defeito do produto, estabelece o código:

Art. 12 (...)

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

(...)

II - que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

Já, a responsabilidade do defeito do serviço é objetiva, ou seja, independe de culpa.

“Art. 25...

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

Todos os fornecedores respondem pelos vícios do produto e serviços colocados em circulação. O fornecedor que responder pelo vício terá direito de regresso contra o outro fornecedor que for o verdadeiro responsável pela ocorrência do vício. Isso acaba por proteger, não só o consumidor adquirente do produto ou serviço, mas também ao consumidor para quem o mesmo foi transferido.

O Código de Defesa do Consumidor destaca que em havendo mais de um ‘fornecedor de serviços’, a responsabilidade será solidária a fim de proteger o consumidor dos defeitos de serviço. Desta forma, o consumidor terá a escolha de acionar um dos fornecedores ou todos em conjunto (CAVALIERI NETO, 2008).

2.3 Teoria do risco do negócio

A culpa ou mesmo o dolo do fornecedor é indiferente para a configuração da responsabilidade civil; o fornecedor responderá pelo dano causado ou pelo serviço defeituoso mesmo que tenha agido com diligência para evitá-los. Não é a culpa e o dolo, portanto, que dá ensejo a responsabilização, mas o risco.

Este novo paradigma deu ensejo à denominada teoria do risco. Esta teoria procura reestabelecer o equilíbrio nas relações de consumo, e parte do pressuposto segundo o qual há, sob certas condições, inferioridade ou vulnerabilidade do consumidor, razão pela qual se busca dar maior proteção aos interesses da parte lesada; e foi este o motivo que à adoção da responsabilidade objetiva (sem culpa) e esta fundada na teoria do risco da atividade profissional (LISBOA, 2006).

Todavia, a teoria do risco não é uma. Existem várias teorias que se alicerçam no risco sob a responsabilidade objetiva e, dentre elas, destaca-se a teoria do risco do negócio.

Para esta teoria, também conhecida como risco do empreendimento, o risco está atrelado à responsabilidade que o fornecedor assume quando inicia um negócio. Essa teoria tem por plano de fundo o dever de segurança que foi instituído pelo Código de Defesa do Consumidor (art. 12, 14).

A doutrina prevalente defende que a teoria do risco do negócio é uma espécie da teoria do risco criado (art. 927 do CC) que prevê três tipos de riscos de atividade que dão fulcro à responsabilidade objetiva: o risco de empresa, o risco administrativo e o risco-perigo (NORONHA, 2003).

Esses riscos preconizam que aquele que exerce profissionalmente uma atividade econômica deve arcar com o ônus resultante de evento danoso inerente à sua produção ou

distribuição, inclusive os causados por empregados; indenizando, inclusive, àqueles que venham sofrer danos decorrentes da atividade (RIZZATTO NUNES, 2012).

Segundo Cavalieri Filho (2008), sob a teoria do risco do negócio, o indivíduo que exerce atividade no mercado de consumo deve responder pelos eventuais defeitos ou vícios dos bens e serviços, independentemente de culpa.

Assim, quem produz, estoca, distribui ou comercializa produtos ou presta serviços tem o dever de garantir os mesmos, respondendo pela sua qualidade e segurança. Por isso, o risco é intrínseco à própria implantação do negócio. Antes do Código de Defesa do Consumidor, o risco do negócio era do consumidor e não do fornecedor. Era o consumidor que assumia o risco pela aquisição do bem ou serviço. Este sistema prevaleceu até 10 de março de 1991 (RIZZATTO NUNES, 2012).

2.4 Excludentes da responsabilidade objetiva do fornecedor

Por regra, toda atividade que acarreta prejuízo a terceiro traz consigo a obrigação de indenizar, com exceção das hipóteses justificáveis, o que se denomina de excludentes de responsabilidade.

O Código de Defesa do Consumidor enumera três hipóteses de exclusão de responsabilidade do fornecedor, § 3º, do art. 12:

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. [...]

§ 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.

Havendo prejuízo ao consumidor, em decorrência de comportamento do fornecedor (ativo ou omissivo), poderá produzir a obrigação de indenizar para o mesmo.

Importante também salientar que o ônus da prova das excludentes da responsabilidade do fornecedor.

Por isso, para escapar do dever indenizatório não basta alegar, uma vez que é indispensável que se prove a ocorrência das excludentes.

Para não ser responsabilizado, o fornecedor precisa provar a não existência do defeito – se o fornecedor conseguir fazer tal prova, será essa uma das causas excludentes de sua responsabilidade, prevista, respectivamente, nos arts. 12, § 3º, inc. III, e 14, § 3º, inc. I, do Código de Defesa do Consumidor.

O código consumerista só contemplou como excludente de responsabilidade a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros. Assim, prevalece doutrinariamente que a culpa concorrente não será reputada como excludente. O Código Civil, de modo diverso, permite a culpa concorrente como causa capaz de reduzir a indenização: “Se a vítima tiver concorrido culposamente para o evento danoso, a sua indenização será fixada tendo-se em conta a gravidade de sua culpa em confronto com a do autor do dano.” (art. 945).

O Superior Tribunal de Justiça, a esse respeito também vem decidindo no sentido de permitir a redução do quantum indenizatório (Recurso Especial nº 287.849-SP, Relator Ministro Ruy Rosado de Aguiar, Diário de Justiça 13 de agosto de 2001).

2.4.1 Inexistência do defeito

Sem a prova do dano, ninguém pode ser responsabilizado civilmente.

Por isso sem a prova do defeito, que pode ocasionar dano ao consumidor, é condição essencial de imputação de responsabilidade. A “inexistência do dano torna sem objeto a pretensão a sua reparação” (GONÇALVES, 2014, p. 33).

Provar o defeito de um produto ou serviço não é uma atribuição do consumidor; a ele cabe fazer prova do prejuízo sofrido e a correlação entre o prejuízo e o produto ou serviço. Já, ao fornecedor, cabe provar que o defeito não existe.

O Código de Defesa do Consumidor dispõe que o fornecedor somente não será responsabilizado se provar que o defeito (no produto ou serviço) inexistente (art. 12, § 3º; art. 14, §3º).

Os defeitos do produto podem ser de três ordens: de produção, de concepção e de informação.

Quanto à informação, em particular, quando o consumidor não recebe a recebe de forma correta, sobre o produto que está adquirindo, este é considerado defeituoso.

Ponderando ainda sobre esse direito à correta informação, principalmente quando de produtos nocivos à saúde, é pertinente apresentar o art. 9º do Código de Defesa do Consumidor, que diz que “o fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito

de sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto”.

2.4.2 Culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro

A culpa exclusiva da vítima afasta qualquer obrigação de indenizar por parte do fornecedor de produtos e serviços, uma vez que não se há de falar em responsabilidade do fornecedor, porque não há responsabilidade civil sem nexos causal, necessária tanto na responsabilidade subjetiva como na objetiva (BRAGA NETO, 2013).

O Código de Defesa do Consumidor adota a responsabilidade objetiva do fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro e o importador pelos danos causados aos consumidores, dispensando a demonstração subjetiva da culpa; isto é, mesmo que não tenha agido com culpa, devem indenizar o consumidor pelos danos que seus produtos derem causa (MORAES, 2009).

Um exemplo bastante simples de culpa exclusiva do consumidor se dá quando o consumidor pula da escada rolante de um supermercado, ferindo-se com gravidade, aqui não há imputação de responsabilidade para o fornecedor, senão ao próprio consumidor.

Outro exemplo, o cliente de um banco que fornece a terceiro a senha do seu cartão de movimentação de sua conta bancária não pode imputar ao banco a responsabilidade pelos saques que se seguirem.

Se o consumidor fizer uso do produto de maneira distinta daquilo preconizado pelo fabricante de forma clara e precisa e que devem constar no produto (prazo de validade, por exemplo) a responsabilidade se transfere para o consumidor.

2.4.3 A exceção da regra para os profissionais liberais

Profissional liberal é aquele que exerce, com autonomia, sua tarefa, sem subordinação técnica a outrem.

No caso dos profissionais liberais, o art. 14, § 4º, do Código de Defesa do Consumidor apresenta a ressalva de que "será apurada mediante a verificação de culpa" a sua responsabilidade por defeitos relativos à prestação de serviços. É importante ser ressaltado que, no caso, “profissional liberal” deve ser entendido como a pessoa contratada *intuitu personae*, não o profissional liberal que integra alguma pessoa jurídica contratada pelo consumidor. Imprescindível, portanto, que haja uma relação de confiança na contratação.

Note-se que,

(...) não é necessário que estejamos diante de profissão regulamentada. Serão, portanto, profissionais liberais, na forma do art. 14, § 4º, do Código de Defesa do Consumidor, mesmo aqueles cuja profissão não esteja legalmente regulamentada. O que importa é que o serviço seja prestado de modo, por assim dizer, personalizado, havendo um contato pessoal entre o fornecedor e o consumidor, sem a massificação que costuma caracterizar o fornecedor de serviços.

Porém, ainda que a contratação tenha ocorrido *intuitu personae*, caso a obrigação do profissional liberal seja de resultado, sua responsabilidade será objetiva. Quando se tratar de obrigação de meio, será aplicado o dispositivo processual acima mencionado, sendo subjetiva a responsabilidade do profissional liberal, de acordo com a verificação de sua culpa (MACHADO, 2007).

3 MERO ABORRECIMENTO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

O cotidiano apresenta circunstâncias aborrecedoras: um erro no lançamento de uma tarifa indevida na conta de energia elétrica, por exemplo, pode demandar horas de telefone para reverter a cobrança descabida.

Como saber quando uma situação como esta viola o direito, resultando assim em ressarcimento por danos morais ou se configura em mero aborrecimento?

O objetivo deste capítulo é justamente estabelecer os limites entre dano moral e meros aborrecimentos nas relações de consumo.

3.1 Contextualizando o problema

A dignidade da pessoa humana, consagrada no art. 1º, III, da Constituição de 1988 é, nas palavras de Weber (2013, p. 198) é “preceito ético e fundamento constitucional exige do Estado não só respeito e proteção, mas garantia de efetivação dos direitos dela decorrentes”.

Quando esta dignidade sofre violação por terceiros atingindo a intimidade do indivíduo ocorre o que se denomina dano moral.

O dano moral, segundo Venosa (2011) é o dano que afeta a psique, moral e a intelectualidade da vítima, atuando no âmbito dos direitos da personalidade, transitando entre o subjetivo e o imponderável o que, certamente, se traduz em dificuldades crescentes para se fixar o justo ressarcimento pelo dano sofrido.

É objetivo do bom direito prover reparação civil, concedida de forma justa e proporcional e sem produzir enriquecimento ilícito, vem ganhando espaço no cenário jurídico brasileiro.

A indenização, assim almejada, tem um caráter punitivo pedagógico que não pode se perder na subjetividade que, muitas vezes, acaba por caracterizar as sentenças sobre a matéria.

Os excessos da subjetividade, no entanto, podem ser mitigados se o juízo considerar detidamente a situação econômica das partes, o bem comercializado, o serviço prestado, elementos que darão maior sentido à análise e que pode (e deve) evitar o enriquecimento ilícito.

Assim, não afastada a dor moral que decorre da afronta aos direitos de personalidade, apesar de subjetiva, deve se diferenciar do mero aborrecimento, situação que pode acometer qualquer pessoa e que poderá ensejar, no máximo, reparação material.

Pela falta de critérios objetivos para se configurar com precisão o dano moral, o assunto vem suscitando discussões de cunho doutrinário a fim de se evitar a banalização do instituto do dano moral.

3.2 O mero aborrecimento: abrangência e jurisprudência

Com os olhos na seção anterior pode-se inferir que um dos principais objetivos da jurisprudência acerca do instituto do dano moral é evitar a sua banalização sem, contudo, inviabilizar a reparação sobre efetivos danos morais.

O instituto do mero aborrecimento ou dissabor cotidiano, conferem caráter não indenizatório às situações que nele incidirem. Mero aborrecimento ou dissabor cotidiano deve ser compreendido, por seu turno, como a lesão cujos efeitos não ofendem integridade física e psicológica da vítima (FARIAS et al., 2015).

Maria Helena Diniz leciona: “o direito não repara qualquer padecimento, dor ou aflição, mas aqueles que forem decorrentes da privação de um bem jurídico sobre o qual a vítima teria interesse reconhecido juridicamente” (DINIZ, 2011, p. 109).

Requisitos essenciais para a configuração do dano moral são o abalo à honra, a dor íntima, o sofrimento ou humilhação do consumidor. É certo que os fatos ocorridos que estão incluídos nos percalços da vida, tratando-se de mero dissabor e aborrecimento, não geram dano moral (DENSA, 2011).

Pode-se concluir, enfim, que a caracterização de mero aborrecimento deve se dar sob o caso concreto, uma vez que a correta aplicação do instituto se dá tão somente se não ficar evidente a ofensa à dignidade da pessoa, vez que tal situação enseja reparação (FARIAS et al., 2015).

Feita a conceituação de mero aborrecimento, pode-se avançar na percepção jurisprudencial sobre o instituto, matéria da próxima seção deste capítulo.

3.2.1. As opções conferidas ao consumidor diante do vício de qualidade do produto

O artigo 18, §1º, do Código de Defesa do Consumidor prevê que não sendo o vício sanado pelo fornecedor no prazo legal de 30 dias ou no eventual prazo convencionado pelas partes da relação de consumo (mínimo 7 e máximo 180 dias), as opções conferidas ao consumidor para a solução do problema:

§ 1º

(...)

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

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

III - o abatimento proporcional do preço.

O consumidor, sob este instituto, poderá escolher qualquer das opções conferidas na ordem que desejar.

No que tange, em particular, à segunda opção conferida ao consumidor consiste na “restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos”, infelizmente o consumidor prescinde de sentença judicial para receber de volta aquilo que pagou e postula também uma indenização pelos danos morais (ALMEIDA, 2013).

No entanto, a jurisprudência superior vem entendendo, infelizmente, que quase tudo é mero dissabor do dia a dia e dificilmente condena o fornecedor por danos morais. Nesse sentido é a posição dominante no Superior Tribunal de Justiça:

RECURSOS ESPECIAIS. AÇÃO DE INDENIZAÇÃO. VEÍCULO NOVO. DEFEITO. INTEMPESTIVIDADE DE UM DOS RECURSOS ESPECIAIS. DANOS MATERIAIS E MORAIS. ART. 18, § 3º DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DEPRECIÇÃO DO VEÍCULO. SUBSTITUIÇÃO DO BEM. SÚMULA 7. DANO MORAL INEXISTENTE. 1. É intempestivo o recurso especial interposto fora do prazo de 15 dias previsto no artigo 508 do Código de Processo Civil. 2. Ainda que tenham sido substituídas as partes viciadas do veículo no prazo estabelecido no art. 18, § 1º do Código de Defesa do Consumidor, o consumidor pode se valer da substituição do produto, com base no § 3º do mesmo artigo, se depreciado o bem. 3. A conclusão acerca da depreciação do bem, a que chegou o Tribunal de origem com base nas provas dos autos, não pode ser revista no âmbito do recurso especial (Súmula 7/STJ). 4. A jurisprudência do STJ, em hipóteses de aquisição de veículo novo com defeito, orienta-se no sentido de que não cabe indenização por dano moral quando os fatos narrados estão no contexto de meros dissabores, sem humilhação, perigo ou abalo à honra e à dignidade do autor. 5. Hipótese em que o defeito, reparado no prazo legal pela concessionária, **causou situação de mero aborrecimento ou dissabor não suscetível de indenização por danos morais**. 6. Recurso especial de Alvema — Alcântara Veículos e Máquinas LTDA não conhecido e recurso especial de Fiat Automóveis S/A parcialmente provido (REsp 1.232.661/MA, Rel. Ministra Maria Isabel Gallotti, 4ª T., DJe 15-5-2012). (grifo nosso)

3.2.2 Decurso de tempo suficiente para o consumidor aceitar a oferta

A “falta de previsão específica aplicar-se-ia o prazo de validade do orçamento de fornecimento de serviços, previsto no § 1º do art. 40 do Código de Defesa do Consumidor, de 10 (dez) dias, contados de seu recebimento pelo consumidor” (ROCHA, 1997, p. 86)

Entende o autor que não é razoável admitir que uma oferta perdure por período indeterminado de tempo. O mesmo entendimento teve o Superior Tribunal de Justiça por meio de seus acórdãos, como o exarado pela Ministra Nancy Andrighi ao julgar a pretensão do consumidor de levar quantidade incompatível com o consumo individual ou de sua família:

RECURSO ESPECIAL. CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. DANO MORAL. VENDA DE PRODUTO A VAREJO. RESTRIÇÃO QUANTITATIVA. FALTA DE INDICAÇÃO NA OFERTA. DANO MORAL. INOCORRÊNCIA. QUANTIDADE EXIGIDA INCOMPATÍVEL COM O CONSUMO PESSOAL E FAMILIAR. ABORRECIMENTOS QUE NÃO CONFIGURAM OFENSA À DIGNIDADE OU AO FORO ÍNTIMO DO CONSUMIDOR. 1. A falta de indicação de restrição quantitativa relativa à oferta de determinado produto, pelo fornecedor, não autoriza o consumidor exigir quantidade incompatível com o consumo individual ou familiar, nem, tampouco, configura dano ao seu patrimônio extramaterial. 2. **Os aborrecimentos vivenciados pelo consumidor, na hipótese, devem ser interpretados como ‘fatos do cotidiano’**, que não extrapolam as raiais das relações comerciais, e, portanto, não podem ser entendidos como ofensivos ao foro íntimo ou à dignidade do cidadão. Recurso especial, ressalvada a terminologia, não conhecido” (REsp 595.734/RS, Rel. Ministra Nancy Andrighi, 3ª T., DJ 28-11-2005). (grifo nosso)

3.2.3 Deleção de spams

No que concerne à jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, este não reconheceu responsabilidade por dano moral no ônus de o consumidor deletar spam:

INTERNET - ENVIO DE MENSAGENS ELETRÔNICAS - SPAM - POSSIBILIDADE DE RECUSA POR SIMPLES DELETAÇÃO - DANO MORAL NÃO CONFIGURADO - RECURSO ESPECIAL NÃO CONHECIDO.1 - segundo a doutrina pátria “só deve ser reputado como dano moral a dor, vexame, sofrimento ou humilhação que, fugindo à normalidade, interfira intensamente no comportamento psicológico do indivíduo, causando-lhe aflições, angústia e desequilíbrio em seu bem-estar. Mero dissabor, aborrecimento, mágoa, irritação ou sensibilidade exacerbada estão fora da órbita do dano moral, porquanto tais situações não são intensas e duradouras, a ponto de romper o equilíbrio psicológico do indivíduo”.2 -

Não obstante o inegável incômodo, o envio de mensagens eletrônicas em massa - SPAM - por si só não consubstancia fundamento para justificar a ação de dano moral, notadamente em face da evolução tecnológica que permite o bloqueio, a deleção ou simplesmente a recusa de tais mensagens.³ - Inexistindo ataques a honra ou a dignidade de quem o recebe as mensagens eletrônicas, não há que se falar emnexo de causalidade a justificar uma condenação por danos morais.⁴ - Recurso Especial não conhecido (REsp 844.736/DF, Rel. Ministro Luís Felipe Salomão, 4ª T., DJe 2-9-2010).

Assim, o mero envio do SPAM, por si só, não gera dano moral.

3.2.4 Convenção de Varsóvia

No Brasil, a proteção do consumidor não depende apenas do Código de Defesa do Consumidor. Além da legislação ordinária, há (entre outros princípios e normas) tratados e convenções internacionais como é o caso da Convenção de Varsóvia que dispõe sobre a responsabilidade do transportador aéreo internacional pelo dano à vida ou saúde do passageiro (ALMEIDA, 2013).

Sobre esta convenção, o Supremo Tribunal Federal assim se pronunciou:

INDENIZAÇÃO — DANO MORAL — ATRASO — CONVENÇÃO DE VARSÓVIA — OBSERVAÇÃO MITIGADA — CONSTITUIÇÃO FEDERAL — SUPREMACIA. O fato de a convenção de Varsóvia revelar, como regra, a indenização tarifada por danos materiais não exclui a relativa aos danos morais. Configurados esses pelo sentimento de desconforto, de constrangimento, aborrecimento e humilhação, cumpre observar a Carta Política da República, no que se sobrepõe a tratados e convenções ratificados pelo Brasil. AGRAVO — ARTIGO 557, § 2º, DO CÓDIGO DE PROCESSO CIVIL — MULTA. Se o agravo é manifestamente infundado, impõe-se a aplicação da multa prevista no § 2º do artigo 557 do Código de Processo Civil, arcando a parte com o ônus decorrente da litigância de má-fé (RE 391.032 AgR/RJ, Rel. Ministro Marco Aurélio, 1ª T., DJe 22-32012).

Ou seja, o Supremo entendeu que o fato da convenção de Varsóvia prever indenização tarifada, não há exclusão do direito aos danos morais. Aqui o aborrecimento não é mero sentimento de desconforto, mas parte de um processo mais amplo que afeta o direito do usuário.

Pela incidência das mesmas regras, a jurisprudência superior responsabiliza a empresa de turismo pelo atraso do voo objeto do pacote vendido e outros problemas enfrentados na viagem. Duas ementas a respeito seguem abaixo:

Civil. Responsabilidade civil. Agência de turismo. Se vendeu ‘pacote turístico’, nele incluindo transporte aéreo por meio de voo fretado, a agência de turismo responde pela má prestação desse serviço. Recurso especial não conhecido” (STJ – REsp 783.016/SC – Terceira Turma – Rel. Min. Ari Pargendler – j. 16.05.2006 – DJ 05.06.2006, p. 279).

Responsabilidade civil. Agência de turismo. Pacote turístico. Serviço prestado com deficiência. Dano moral. Cabimento. Prova. Quantum. Razoabilidade. Recurso provido. I. A prova do dano moral se satisfaz, na espécie, com a demonstração do fato que o ensejou e pela experiência comum. Não há negar, no caso, o desconforto, o aborrecimento, o incômodo e os transtornos causados pela demora imprevista, pelo excessivo atraso na conclusão da viagem, pela substituição injustificada do transporte aéreo pelo terrestre e pela omissão da empresa de turismo nas providências, sequer diligenciando em avisar os parentes que haviam ido ao aeroporto para receber os ora recorrentes, segundo reconhecido nas instâncias ordinárias. II. A indenização por danos morais, como se tem salientado, deve ser fixada em termos razoáveis, não se justificando que a reparação enseje enriquecimento indevido, com manifestos abusos e exageros. III. Certo é que o ocorrido não representou desconforto ou perturbação de maior monta. E que não se deve deferir a indenização por dano moral por qualquer contrariedade. Todavia, não menos certo igualmente é que não se pode deixar de atribuir à empresa-ré o mau serviço prestado, o descaso e a negligência com que se houve, em desrespeito ao direito dos que com ela contrataram” (STJ – REsp 304.738/SP – Quarta Turma – Rel. Min. Sálvio de Figueiredo Teixeira – j. 08.05.2001 – DJ 13.08.2001, p. 167).

A título de exemplo, Tartuce (2016) comenta que se estiverem presentes danos morais em decorrência do atraso no serviço de transporte, a hipótese é de fato do serviço, subsumindo-se o prazo prescricional de cinco anos:

Juizados especiais. Direito do consumidor. Vício na prestação de serviço de transporte terrestre que enseja fato do serviço. Prescrição. Dano moral. 1. Em caso de vício do produto ou serviço aplicável se mostra o art. 26, do Código de Defesa do Consumidor; no presente caso, o vício do serviço teve desdobramentos, consistentes no atraso da viagem por mais de três horas, o que configura fato do serviço, sendo aplicável o disposto no art. 27, do mesmo Código, não tendo ainda transcorrido o prazo de cinco anos legalmente previsto. 2. O atraso em viagem empreendida por empresa de transporte terrestre, superior a três horas, decorrente de defeitos mecânicos apresentados pelo ônibus, deixando os passageiros à míngua, tendo que suportar fome, calor, mal cheiro e desconforto do veículo durante a noite, consubstancia dano moral, ultrapassando os meros dissabores e aborrecimentos do cotidiano e dando ensejo à reparação pleiteada. 3. O valor fixado a título de indenização por danos morais (R\$ 3.000,00) guarda pertinência com o quadro fático evidenciado, obedecendo aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, especialmente considerando-se a natureza, gravidade e extensão do dano. 4. Recorrente condenado ao pagamento de custas processuais e honorários advocatícios, fixados em 10% (dez por cento) sobre o valor da condenação. 5. Recurso conhecido e improvido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos, nos termos do art. 46, da Lei 9.099/1995” (TJDF – Recurso 2009.07.1.035079-2 – Acórdão

484.675 – Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do DF – Rel. Juíza Rita de Cassia de Cerqueira Lima Rocha – DJDFTE 04.03.2011, p. 252).

3.2.5 Aquisição de veículo novo com vício

O Superior Tribunal de Justiça vem decidindo que a aquisição de um veículo novo com vício, por si só, não gera danos morais indenizáveis:

Recurso especial. Violação ao art. 535 do Código de Processo Civil. Inocorrência. Ação de indenização. Compra de veículo ‘zero’ defeituoso. Danos morais. Inexistência. Mero dissabor. I. Não há falar em maltrato ao disposto no art. 535 da lei de ritos quando a matéria enfocada é devidamente abordada no âmbito do acórdão recorrido. II. Os danos morais surgem em decorrência de uma conduta ilícita ou injusta, que venha a causar forte sentimento negativo em qualquer pessoa de senso comum, como vexame, constrangimento, humilhação, dor. Isso, entretanto, não se vislumbra no caso dos autos, uma vez que os aborrecimentos ficaram limitados à indignação da pessoa, sem qualquer repercussão no mundo exterior. Recurso especial parcialmente provido (STJ – REsp 628.854/ES – Terceira Turma – Rel. Min. Castro Filho – j. 03.05.2007 – DJ 18.06.2007, p. 255).

Todavia, como lembrado por Tartuce (2016) deve-se atentar para ampliação dos casos de dano moral, em que há aborrecimento relevante, notadamente pela perda do tempo útil.

Tartuce (2016), para aplicar melhor o fato cita o texto de Guglinski:

A ocorrência sucessiva e acintosa de mau atendimento ao consumidor, gerando a perda de tempo útil, tem levado a jurisprudência a dar seus primeiros passos para solucionar os dissabores experimentados por milhares de consumidores, passando a admitir a reparação civil pela perda do tempo livre” (GUGLINSKI apud TARTUCE, 2016, p.552).

3.2.6 Demora exagerada em fila de banco

Um fato corriqueiro, a espera exagerada em fila de banco, vem sendo julgado pelo Superior Tribunal de Justiça no sentido de condenar a instituição pelo excesso de tempo perdido pelo usuário do serviço.

No Informativo n. 504 daquela Corte Superior lê-se:

O dano moral decorrente da demora no atendimento ao cliente não surge apenas da violação de legislação que estipula tempo máximo de espera, mas

depende da verificação dos fatos que causaram sofrimento além do normal ao consumidor. Isso porque a legislação que determina o tempo máximo de espera tem cunho administrativo e trata da responsabilidade da instituição financeira perante a Administração Pública, a qual poderá aplicar sanções às instituições que descumprirem a norma. Assim, a extrapolação do tempo de espera deverá ser considerada como um dos elementos analisados no momento da verificação da ocorrência do dano moral.

Este tipo de situação enquadra-se naquele tipo de microlesões do dia a dia, atinentes à alteração da rotina de vida das pessoas (labor, consumo, lazer etc.), ocasionando aborrecimentos relevantes e não meros aborrecimentos, e acabam configurando-se em dano, vez que lesam interesses ou bens jurídicos relacionados à personalidade humana (TARTUCE, 2016).

CONCLUSÃO

Ante às incontáveis demandas indenizatórias que tramitam no Poder Judiciário, e a conseqüentemente possibilidade da banalização do dano moral, muitos magistrados vêm considerando algumas destas demandas como meros dissabores, o que exige certa cautela por parte dos advogados quando da apreciação do caso concreto.

Ao final deste estudo, com base nos elementos teóricos investigados e na jurisprudência pesquisada, que o dano moral só é configurável se comprovada a existência de variável que interfira de modo efetivo e intenso na psique do indivíduo, trazendo-lhe aflição, angústia, desequilibrando significativamente seu bem-estar.

Conclui-se com este estudo que o dano moral só deve ser reputado em decorrência da ocorrência de dor, sofrimento, vexame ou humilhação que fuja da normalidade e interfira de modo grave na psique do indivíduo, causando-lhe angustias, aflições e desequilíbrio em sua vida cotidiana e em seu bem-estar.

Mero aborrecimento ou dissabor escapam da esfera do dano moral, conquanto, além de constituírem fato corriqueiro, cotidiano, tais ocorrências não apresentam intensidade ou duração significantes, a ponto de promover o desequilíbrio psicológico do indivíduo.

O fato assim deve ser entendido afim de não se promover a banalização do instituto do dano moral, ensejando a proposição de demandas indenizatórias por meros e triviais aborrecimentos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, F. B. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2013.
- BASTOS, C. R.; MARTINS, I. G. S. **Comentários à Constituição do Brasil**. São Paulo: Saraiva, 2000.
- BRAGA NETO, F. P. **Manual de direito do consumidor**. Salvador: Juspodvum. 2013.
- BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm
- BRITO, A. M. L.; DUARTE, H. A. S. T. O princípio da vulnerabilidade e a defesa do consumidor no direito brasileiro: origem e consequências nas regras regulamentadoras dos contratos e da publicidade. **Revista Jus Navigandi**, Teresina, ano 11, n. 1109, 15 jul. 2006. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/8648>>. Acesso em: 25 set. 2017.
- CARVALHO NETO, I. **Responsabilidade civil no direito de família**. Curitiba: Juruá, 2008.
- CAVALIERI FILHO, S. **Programa de responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2010.
- CORRÊA, L. F. N. **Código de defesa do consumidor: aspectos relevantes**. Belo Horizonte: Del Rey, 2007.
- DENSA, R. **Direito do consumidor**. 7. ed. São Paulo: Atlas. 2011.
- DINIZ, M. H. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. Responsabilidade Civil. São Paulo: Saraiva: 2011.
- FARIAS, C. C.; NETTO, F. P. B.; ROSENVALD, N. **Novo tratado de responsabilidade civil**. São Paulo: Atlas, 2015.
- FILOMENO, J. G. B. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GARCIA, L. M. **Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência**. Niterói: Impetus, 2013.
- GARCIA, M. T.; CAIM, F.; TRAJANO, T. **Marketing & comunicação para pequenas empresas**. São Paulo: Novatec, 2006.
- GIACOMINI FILHO, G. **Consumidor versus propaganda**. São Paulo: Summus, 1991.

GONÇALVES, R. A. **Como se preparar para o Exame de Ordem**, 1.^a fase: direito do consumidor. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

GRINOVER, A. P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 6.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

KHOURI, P. R. R. **Direito do Consumidor**: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. São Paulo: Atlas, 2006.

LÔBO, P. L. N. **Responsabilidade por vício do produto ou do serviço**. Brasília: Brasília Jurídica, 1996.

LISBOA, R. S. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MACHADO, P. A. L. **Direito ambiental brasileiro**. São Paulo: Malheiros, 2007.

MARQUES, C. L. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5 ed. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2006.

MARQUES, C. L. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3 ed. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 1998.

MARTINS, P. L. **Anotações ao Código de Defesa do Consumidor**. 3 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

MEIRELLES, H. L. **Direito administrativo brasileiro**. 39 ed. São Paulo: Malheiros, 2013.

MORAES, P. V. D. P. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade**. Porto Alegre: Livraria do Advogado. 2009.

NERY JÚNIOR, N. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: Comentado pelos Autores do Anteprojeto, 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

NORONHA, F. **Direito das obrigações**. São Paulo: Saraiva. 2003.

OLIVEIRA, P. M.; ABREU, P. M. **Direito e processo**: estudos em homenagem ao desembargador Norberto Ungaretti. São Paulo: Conceito Editorial, 2007.

PÜSCHEL, F. P. Funções e princípios justificadores da responsabilidade civil e o art. 927, § único do código civil. **Revista Direito GV**, v. 1, n. 1, p. 91-107, maio 2005.

RAGAZZI, J. L. **Direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2010.

RIZZATTO NUNES, L. A. R. **Curso de direito do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2012.

ROCHA, S. L. F. **A oferta no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Lemos, 1997.

RODRIGUES, S. **Direito civil: responsabilidade civil**. São Paulo: Saraiva, 2003.

SILVA, J. A. Curso de Direito Constitucional Positivo. São Paulo: Malheiros, 2000.

TARTUCE, F. **Manual de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense: São Paulo: MÉTODO, 2016.

VENOSA, S. S. **Direito civil**. Responsabilidade civil. 11 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

WEBER, T. **Ética e filosofia do direito: autonomia e dignidade da pessoa humana**. São Paulo: Vozes, 2013.