



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO**

ANGÉLICA ALMEIDA GONÇALVES DE OLIVEIRA

**A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS
COMERCIANTES INFORMAIS CHAMADOS “CAMELÔS”**

**NATAL/RN
2014**

ANGÉLICA ALMEIDA GONÇALVES DE OLIVEIRA

**A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS
COMERCIANTES INFORMAIS CHAMADOS “CAMELÔS”**

Monografia apresentada à Banca Examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso de Direito, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Direito na Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Orientador: Prof. Msc. Fabrício Germano Alves

**NATAL/RN
2014**

Catálogo da Publicação na Fonte.
UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Oliveira, Angélica Almeida Gonçalves de.

A aplicação do código de defesa do consumidor aos comerciantes informais chamados “Camelôs” / Angélica Almeida Gonçalves de Oliveira. - Natal, RN, 2014.

104 f.

Orientador: Prof. M. Sc. Fabrício Germano Alves.

Monografia (Graduação em Direito) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Curso de Graduação em Direito.

1. Direito do consumidor - Monografia. 2. Responsabilidade civil – Monografia. 3. Comércio informal - Monografia. 4. Relação de consumo - Monografia. I. Alves, Fabrício Germano. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 347.451.031



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO

ATA DE DEFESA PÚBLICA DE CONCLUSÃO DO CURSO DE BACHARELADO EM DIREITO

Aos 06 (seis) dias do mês de novembro do ano de 2014, às 08h45 horas, no Auditório Varela Barca do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, foi instalada a Comissão Examinadora para a defesa oral e pública da Monografia sob o título: **“A APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR AOS COMERCIANTES INFORMAIS CHAMADOS “CAMELÔS”**, como trabalho final de conclusão de Curso, apresentado pela aluna **ANGÉLICA ALMEIDA GONÇALVES DE OLIVEIRA**, matrícula nº 2010022769, ao Curso de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como parte dos requisitos para obtenção do título de BACHAREL EM DIREITO. A Comissão Examinadora foi presidida pelo Professor Orientador **FABRÍCIO GERMANO ALVES**, Professor Voluntário, matrícula nº 7888, lotado no Departamento de Direito Publico e composta por **THIAGO OLIVEIRA MOREIRA**, Professor Assistente, matrícula nº 2527208, matrícula nº 1298976 e **SAMUEL MAX GABBAY** Professor Substituto, matrícula nº 2064069, lotados no Departamento de Direito Privado, conforme Portaria nº 082/2014-DPU, integrantes da referida Comissão que emitiu o seguinte parecer:////

pela aprovação

A Comissão Examinadora após a defesa oral e o cumprimento dos demais procedimentos considerou a monografia aprovada

A Comissão decidiu atribuir à menção louvor, atribuindo a nota: 10,0

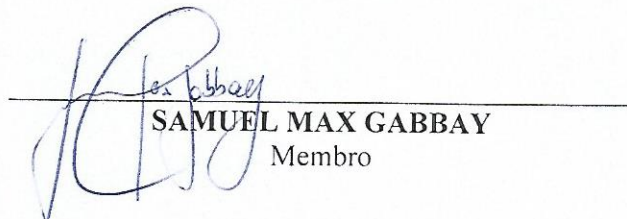
Comissão Examinadora


FABRÍCIO GERMANO ALVES

Presidente


THIAGO OLIVEIRA MOREIRA

Membro


SAMUEL MAX GABBAY

Membro

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE DIREITO PÚBLICO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

A monografia “**A aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos comerciantes informais chamados “camelôs”**” de autoria da graduanda Angélica Almeida Gonçalves de Oliveira foi avaliada e aprovada pela Comissão Examinadora formada pelos professores:

COMISSÃO EXAMINADORA

Profº. Msc. Fabrício Germano Alves
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Profº. Msc. Thiago Oliveira Moreira
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Profº. Msc. Samuel Max Gabbay
Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Natal/RN, 06 de novembro de 2014

Dedico este trabalho a Deus, mistério trinitário, Supremo Bem, Pai Celestial, que me sustenta a todo o tempo, e a minha mãe Alessandra extensão desse amor maior.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, como não poderia deixar de ser, agradeço a Deus, autor da vida, criador de todo o céu e toda a terra, aquele que foi minha força e fonte de inspiração. O acalento em meio as aflições, a força em meio a fraqueza, o alívio em meio ao cansaço, a certeza da vitória.

Agradeço a Nossa Senhora, mãe do meu Senhor e Salvador por seu cuidado e intercessão, me guiando e me mantendo firme nos caminhos de Deus e nos propósitos que Ele tem para mim.

Aos meus pais, Pedro, que mesmo ausente, sempre acreditou no meu potencial e torceu pelo meu sucesso, e a Alessandra, meu tudo, minha mestra, fortaleza, exemplo de mulher, minha maior incentivadora, aquela que não poupou esforços para me proporcionar o melhor, ainda que em meio a contratempos. Manteve-se firme para sempre me conduzir no caminho do bem, da fé, acreditando no meu potencial, me encorajando, e me apoiando em todas as minhas escolhas. Sem ela nada disso seria possível.

Aos meus familiares em geral, pelo apoio e palavras de incentivo.

A minha madrinha Jacqueline Rodrigues e o irmão João Eudes pelo apoio, compreensão e palavras de avivamento, nos momentos em que a angústia se fez presente.

Aos meus irmãos de comunidade e amigos que com palavras de confiança e preces aos céus me ajudaram a concluir este trabalho, e me compreenderam quando não pude me fazer presente quando convidada.

Agradeço em especial a David Emmanuel da Silva Souza por ter plantado junto comigo o embrião do trabalho que aqui germinou.

A Leandro Silva, que me ajudou a reorganizar meu pensar, tornando-me mais leve na minha caminhada existencial, e assim me concentrar em meus objetivos precípuos, como o que se desenvolveu aqui.

Ao meu orientador Fabrício Germano Alves pela confiança, incentivo em escrever sobre o assunto aqui debatido e a presteza em me guiar nessa importante missão. Ao professor Yanko Marcius de Alencar Xavier, que de igual modo teceu comentários encorajadores sobre a questão aqui tratada.

Aos meus colegas de curso que junto comigo enfrentaram batalhas, mas com esforço e dedicação conseguimos vencer.

Aos professores, servidores, enfim a Universidade Federal do Rio Grande do Norte por me permitir fazer parte de seu quadro acadêmico, e que sem sombra de dúvidas consolidou a minha escolha e missão de servir a sociedade em que vivo. Uma etapa foi concluída, mas a caminhada não termina por aqui.

“O correr da vida embrulha tudo. A vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem...”.

(Guimarães Rosa)

“O sucesso nasce do querer, da determinação e a persistência em se chegar a um objetivo. Mesmo não atingindo o alvo, quem busca e vence obstáculos, no mínimo fará coisas admiráveis”.

(José de Alencar)

“LUTA. Teu dever é lutar pelo Direito. Mas no dia em que encontrares o Direito em conflito com a Justiça, luta pela Justiça”.

(Eduardo Couture)

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz, e os seus planos serão bem-sucedidos”.

(Provérbios 16:3)

OLIVEIRA, Angélica Almeida Gonçalves de. **A aplicação do código de defesa do consumidor aos comerciantes informais chamados “camelôs”**. 104 fls. Monografia (Bacharelado em Direito) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

RESUMO

O presente trabalho tece considerações acerca do comércio informal, fazendo diferenciação entre os termos “camelôs” e “ambulantes”. Em seguida busca compreender os elementos constitutivos da relação de consumo, e se os comerciantes informais chamados “camelôs”, bem como as pessoas que se destinam a esses mercados para compras, podem ser consideradas, respectivamente fornecedora e consumidora, e desse modo se a Lei Federal nº 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), e o microssistema instituída pela mesma incide sobre esses comerciantes em todos os seus termos. Ressalte-se que a aplicação do CDC não pode acontecer em relações jurídicas que estejam eivadas de ilegalidade. A legislação consumerista adota formas de responsabilização do fornecedor no caso de violação dos direitos do consumidor, com escopo de além de assegurar aos consumidores, principalmente, o ressarcimento de um dano sofrido em decorrência da aquisição ou utilização de produto e/ou serviço, a punição dos fornecedores quando da ocorrência dessa situação, agindo, outrossim, com caráter preventivo e educativo. Nesse ínterim este trabalho busca saber se as responsabilidades trazidas pelo referido Código se aplicam aos “camelôs” e como essa responsabilização deve acontecer. Este trabalho demonstra que o microssistema consumerista pode incidir nesses ambientes de comércio, entretanto é preciso que seja feita uma análise do caso concreto para saber se a legislação pode realmente ser aplicada, e desse modo, o consumidor, polo mais fraco dessa relação, não seja prejudicado, apenas porque a relação de consumo aconteceu em um ambiente informal.

Palavras-chave: Comércio Informal. Relação de Consumo. “Camelô”. Responsabilidade.

OLIVEIRA, Angélica Almeida Gonçalves de. **A aplicação do código de defesa do consumidor aos comerciantes informais chamados “camelôs”**. 104 fls. Monografia (Bacharelado em Direito) — Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

ABSTRACT

The present work writes considerations about the informal commerce, doing a differentiation between the terms “street vendor” and “peddler”. After than searching to comprise, the constitutive elements of the consumption's relation, and if informal tradesmen called “street vendor”, add to that, how the people who being destined to these markets to purchases, can be considered respectively furnisher and consumer, and of this way if the Federal Law 8.078/90, (Code of Consumer's Defense), and the subsystem , incures in these tradesmen in all their terms. Emphasizing the legislation of consumer adopts forms of responsibility of the furnisher in the case of violation of the consumer's rights, with the target of, besides to assert for consumers, mainly, the compensation of a damage suffered in consequence of acquisition or utilization of product and/or service, the punishment of the furnishers when the incident of the situation, acting, also, with preventive and educative character. In this meantime this work searches to know if the responsibilities have brought by Code be applied for the “street vendor”, and how this responsibility must to happen. This work demonstrates that the subsystem of the consumer can incur in these circle of commerce, however it's necessary that be done an analysis of the concret case to know if the legislations really can be appllied, and from that way, the consumer, side weaker of this relation, not be prejudiced, only because the consumer's relation happened in an informal circle

Keywords: Informal commerce. Consumer's relation. “Street vendor”. Responsibility.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	CONSIDERAÇÕES SOBRE O COMÉRCIO INFORMAL.....	17
2.1	COMERCIANTES INFORMAIS: CAMELÔS OU AMBULANTES?.....	20
2.2	O COMÉRCIO INFORMAL EM NATAL/RN.....	22
3	RELAÇÃO DE CONSUMO NO COMÉRCIO INFORMAL REALIZADO PELOS CHAMADOS “CAMELÔS”.....	28
3.1	CARACTERIZAÇÃO DE CONSUMIDOR.....	29
3.2	CARACTERIZAÇÃO DE FORNECEDOR.....	43
3.3	CONFIGURAÇÃO DE PRODUTO E SERVIÇO.....	47
3.4	QUESTÃO DA LEGALIDADE DO OBJETO DA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	51
4	AS ESPÉCIES DE TUTELA/RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO APLICÁVEIS AOS CAMELÔS.....	56
4.1	RESPONSABILIDADE CIVIL.....	57
4.1.1	Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço.....	64
4.1.2	Responsabilidade pelo vício do produto e do serviço.....	71
4.2	RESPONSABILIDADE ADMINISTRATIVA.....	73
4.2.1	O papel dos Procon's na defesa do consumidor.....	78
4.2.2	Das sanções administrativas previstas no CDC.....	81
4.3	RESPONSABILIDADE PENAL.....	85
5	CONCLUSÃO.....	90
	REFERÊNCIAS.....	93

1 INTRODUÇÃO

Desde meados do século XX, com o crescimento da oferta de produtos e serviços em virtude de uma política de marketing, e a organização da sociedade frente a esse novo cenário, foi possível a construção do que hoje se chama de “sociedade de consumo”. De fato essa realidade é própria do sistema capitalista, modelo que predomina na economia global, e é marcado pela concentração de grupos econômicos.

É a partir desse cenário que a produção e distribuição em massa se faz presente. A ascensão da economia de mercado e a organização da sociedade no sentido de canalizar as relações travadas nesse ambiente permitiram, ao revés, o fortalecimento da cadeia produtiva e distributiva (posto ocupado pelos fornecedores) em detrimento da posição do consumidor, que acabou ocupando um posto de destaque, mas sem muito poder de decisão, no sentido de não poder, ele, escolher como o produto e/ou serviço seria posto no mercado, tendo apenas a opção de decidir entre as opções disponibilizadas pelos fornecedores.

É diante desse contexto de vulnerabilidade que surge o Direito das Relações de Consumo com o escopo de proteger e mitigar a disparidade de armas existente entre o sujeito que compra ou que de alguma forma está submerso no mercado de consumo e aquele que vende ou simplesmente oferta produtos ou serviços para o consumo.

No ordenamento jurídico brasileiro a preocupação em editar um diploma normativo que tratasse com mais especificidade do tema veio com a Constituição Federal de 1988, quando no artigo 5º, inciso XXXII determinou: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. No artigo 170, inciso V, a Constituição Federal estabeleceu como princípio geral da ordem econômica a defesa do consumidor. Ainda, conforme artigo 48 dos Atos das Disposições Transitórias da mesma seria editado o Código de Defesa do Consumidor (CDC) cento e vinte dias após a promulgação da Constituição Federal. Porém esse prazo não foi respeitado, tendo, pois sido editado em 11 de setembro de 1990, a Lei Federal nº 8.078, que trata da proteção do consumidor e dá outras providências.

Trata-se de uma Lei principiológica de modo que atinge toda relação jurídica de consumo definida pelo CDC, como por qualquer outra Lei infraconstitucional. Isso quer dizer que, as normas presentes nos demais diplomas não perdem sua razão de ser, isto é sua aplicabilidade, mas podem encontrar no CDC princípios e regras que podem nortear a atuação desses diplomas frente às relações jurídicas por eles tuteladas. Além disso, o referido Código é

norma de ordem pública e de interesse social de forma que prepondera sobre outras normas antecedentes a ela, mesmo que especiais e que com ela conflitem.

A Lei consumerista é um microsistema que está inserto no ordenamento jurídico pátrio. A autonomia conferida ao CDC, em sintonia com a Constituição Federal permitiu que as demais normas jurídicas do ordenamento só incidam nas relações de consumo quando existir lacuna na Lei consumerista. Não havendo essa omissão, em regra, não há outra Lei que melhor regule a relação de consumo que a Lei Federal nº 8.078/90¹.

Diante dessa autonomia e de normas principiológicas, bem como a presença de um microsistema que consegue abordar desde normas de caráter material até normas de âmbito processual, é possível verificar que o CDC preocupou-se em não ser taxativo naquilo que se refere a proteção e defesa do consumidor. Em outras palavras, o Código buscou abarcar em cada dispositivo ali encartado a maior abrangência possível dos conceitos de forma que conseguisse se expandir e ser aplicado a todas as relações de consumo.

Essa abrangência fica clara quando o diploma concebe quatro definições de consumidor, nos termos dos artigos 2º e seu parágrafo único, 17 e 29, e também quando conceitua fornecedor abarcando um amplo rol de sujeitos à medida que elenca várias condições em que a pessoa física ou jurídica, e entes despersonalizados, por exemplo, podem ter, e assim configurar-se como fornecedor, nos termos do artigo 3º. Prevê a possibilidade de inversão do ônus da prova, conforme o artigo 6º, inciso VIII, entre outras previsões.

Nesse contexto de amplitude, quer dizer, diante da grande proteção dada pelo CDC através de uma conceituação larga, que abarca uma grande gama de sujeitos e situações fáticas, busca-se nesse trabalho perquirir se o Código de Defesa do Consumidor também se aplicaria aqueles ambientes de comércio informal, mais precisamente aos “camelôs”.

Não é novidade no Brasil, nem tampouco em outros países do mundo que a falta de oportunidades no mercado de trabalho, seja por crises no setor da economia, ou exigências cada vez mais excludentes dos empregadores desperta, ou melhor, obriga muitas pessoas a recorrerem a novos caminhos para o sustento próprio e de sua família. Muitas dessas alternativas são buscadas no mercado informal que vem ganhando destaque nos dias atuais.

¹ Havendo lei mais benéfica que o CDC ela será aplicada.

A informalidade movimenta bilhões de reais em todo o país² e tem interferido significativamente não só na economia, no momento em que dinamiza o comércio, no qual pessoas de classes mais baixas podem comprar, e assim movimentar a cadeia produtiva, mas por outro lado deixa o Estado vulnerável quando este não consegue arrecadar os tributos devidos pelo exercício da atividade, como traz também impactos no aspecto social, pois muitas das pessoas que recorrem a informalidade são pessoas que como não conseguem atender a demanda exigida pelo mercado, se vêem na situação de montarem seu próprio negócio de maneira informal visto que a formalização de suas atividades é permeada de uma alta burocracia e custos excessivos para quem acabou de montar um negócio. Torna-se, pois, uma alternativa viável para muitas dessas pessoas que não conseguem conceber, pelo menos a curto e médio prazo oportunidades melhores de trabalho, principalmente por parte do Poder Público.

Como expressão notória desse comércio informal pode-se citar os chamados "camelôs" ou "ambulantes", comerciantes informais que vem tomando conta dos grandes centros urbanos e sendo uma figura em destaque quando se fala em comércio de preço baixo. Nesse sentido, como ambiente de compra e venda não se pode deixar de associar essa prática à presença de consumidor e fornecedor, já que as pessoas se dirigem a esses ambientes para fazerem compras das mais diversas mercadorias.

Diante do crescente fluxo de pessoas que se destinam a esses lugares, por vários fatores, principalmente econômicos e sociais, e o papel que a informalidade vem desempenhando também nesses setores, passou-se a indagar como o microssistema consumerista se comporta nesse cenário haja vista a presença de um ambiente de consumo, já que não resta dúvida, pelo menos do ponto de vista da *praxis* social de que há significativo consumo nesses lugares e como tem se trabalhado a questão, haja vista que o comércio informal de "camelôs" e "ambulantes", além da própria característica da informalidade, são marcados muitas vezes pela ilegalidade, já que comercializam mercadorias mais baratas que as vendidas no mercado formal, sendo muitas vezes duvidosa a procedência desses bens.

É curioso acrescentar que o "camelô", em geral, e seus respectivos consumidores, possuem uma política entre eles acerca da troca, qualidade do produto entre outras questões. Eles mesmos criam suas próprias condições sem se socorrer a Diplomas Legais. É bem verdade que

² Informalidade no Brasil movimenta R\$ 900 bilhões. *O Tempo*, fev. 2010. Seção Economia. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/capa/economia/informalidade-no-brasil-movimenta-r-900-bilh%C3%B5es-1.379943>>. Acesso em: 15 out. 2014.

muitos, tanto o “camelô”, quanto o próprio consumidor chegam a desconhecer a existência do Código de Defesa do Consumidor, e os que conhecem não imaginam que essa legislação possa ser aplicada a esse ambiente de comércio.

O trabalho aqui proposto buscará analisar se e como o Código de Defesa do Consumidor poderá ser aplicado a essa realidade. Primeiramente se tecerá breves considerações acerca do comércio informal, isto é como ele vem acontecendo no Brasil. Em seguida caracterizar-se-ão os elementos constitutivos da relação de consumo, buscando saber se os sujeitos que fazem parte desses ambientes, isto é quem compra e vende se enquadra no âmbito de proteção regulado pelo CDC, e por fim as formas de responsabilidade nas quais esses comerciantes podem ser enquadrados.

A pesquisa aqui feita baseou-se no método dedutivo-indutivo, sendo os dados aqui coletados e compilados a partir de estudos do próprio microsistema consumerista, na doutrina e jurisprudência. Em que pese o tema aqui proposto para debate não ser tratado com insistência em nenhuma dessas fontes, buscou-se através de uma análise criteriosa responder se de fato o CDC pode ser aplicado aos "camelôs", buscando através de exemplos práticos, analisar essa incidência.

Espera-se que o objetivo proposto, isto é de saber se o CDC se aplica ou não a esses ambientes, mais precisamente aos "camelôs", seja alcançado, esclarecendo-se desde já que não se busca aqui taxar um entendimento sobre o tema, visto que é um assunto novo merecendo mais debates, além do que, é próprio da ciência jurídica tratar as relações sociais não de maneira fechada, quer dizer sem margem para mudanças, mas pelo contrário, busca regular as relações sem impor soluções imutáveis para a pacificação de conflitos.

2 CONSIDERAÇÕES SOBRE O COMÉRCIO INFORMAL

A questão da informalidade é matéria que afeta não apenas o Brasil, mas outras nações. O fenômeno não é recente tendo suas bases fincadas em meados do século XX, a partir de crises na economia, ensejando vários problemas entre eles o desemprego. O inchaço dos grandes centros urbanos, nas quais as pessoas saíam do meio rural para as cidades também agravou a situação de forma que muitas pessoas, por falta de alternativa recorreram a novas formas de subsistência própria e de suas famílias, entre elas a inserção no setor informal.

O setor informal constitui-se de pequenas atividades no meio urbano, que geram renda, porém fogem a linha normativa oficial, dentro de mercados que não são regulamentados e competitivos. As técnicas utilizadas nesses mercados são primárias, a mão de obra, ou não é, ou é pouco qualificada, e os empregos gerados são instáveis, com pouca produtividade e baixa renda³.

A informalidade é assunto que envolve não apenas a economia, mas também o viés social. Grande parte das pessoas que recorrem a esse campo se encontram à margem do que o mercado dominante busca, e não conseguem atender aos requisitos exigidos pela lei, muitas vezes não conseguem formalizar seu negócio, recorrendo à informalidade por ser mais simples menos burocrático e por não arcar com tantos custos.

No caso do Brasil, além do desemprego, que impulsionou o crescimento da informalidade no país, outros fatores vêm corroborando com essa ascensão, tais como as normas legais que acabam por dificultar o processo de abertura de uma microempresa, por exemplo, a forte carga tributária imposta à abertura de um negócio, e até mesmo a carga fiscal que incide sobre a importação de produtos, além das normas trabalhistas que para os pequenos empregadores se tornam um gasto difícil de ser custeado.

Uma questão que ganha destaque, e aqui representa uma parcela significativa dentro desse cenário, são aquelas pessoas que recorrem à informalidade e comercializam produtos que entram no país fruto de descaminho, isto é, produtos que entram no país e não pagam os impostos previstos para essa entrada⁴. É preciso salientar que nem todos os comerciantes informais

³KITAMURA, Camila Kazumi; *et al.* O comércio e serviços ambulantes: uma discussão. *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 8, n. 23 p. 22. Disponível em: <file:///C:/Users/Ale&Angel/Downloads/15656-58890-1-PB.pdf>, Acesso em: 10 out. 2014.

⁴ A entrada de produtos ilícitos no país acaba crescendo porque a Polícia e Receita Federal que atuam na prevenção e repressão aos crimes de contrabando e descaminho, em áreas como, fronteiras, aeroportos, áreas portuárias, e vias públicas das cidades brasileiras⁴, não conseguem abarcar o grande fluxo de entrada. A falta de profissionais suficiente para desempenhar o trabalho acaba dificultando uma fiscalização e repressão efetiva para a importação

trabalham com esse tipo de mercadoria. Alguns comerciantes vendem produtos legais, muitos até produzem suas próprias mercadorias, apenas não possuem registro, frente as dificuldades encontradas. É preciso deixar claro que dentro da informalidade estão inseridos desde vendedores ambulantes até pedreiros, encanadores, entre outros.

Em pesquisa realizada pela CNDL e SPC, em maio de 2013⁵, foi possível constatar que a maioria das pessoas que trabalham em comércio informal estão numa faixa etária de idade entre 35 a 50 anos e grau baixo de escolaridade. Não tiveram oportunidades de estudo e encontraram dificuldades para conseguir um trabalho formal. Esses trabalhadores possuem algumas peculiaridades tais como, a ausência de renda fixa, tendo por isso que manter uma jornada de trabalho diferenciada dos demais trabalhadores do setor formal, visto que ganham o quanto trabalham; não possuem horas de descanso, bem como não têm direitos trabalhistas assegurados como, férias, décimo terceiro, entre outros.

Como o negócio não é formalizado a comprovação de renda fica prejudicada, dificultando, por exemplo, a aquisição de um imóvel. A informalidade pode ter a “vantagem” de não pagar impostos, contudo esse elemento dificulta o comerciante a conseguir um empréstimo, está mais sujeito a fiscalização, a apreensão de suas mercadorias e autuação dos órgãos regulatórios.

A formalização desses comerciantes é um benefício para o governo, como também para o próprio trabalhador. A formalização permite o acesso a financiamentos, a novas maneiras de pagamento para os clientes, há a possibilidade de expansão do negócio, mais segurança para a

ilegal. Os produtos vendidos no comércio informal entram no país e não pagam os devidos impostos, tais como Imposto de Importação, IPI e ICMS. Além disso, não pagam Imposto de Renda, COFINS, CSLL e PIS, nem tampouco contribuem para a previdência social.

É importante destacar que a informalidade, muitas vezes é associada a ilegalidade. Não é raro ver em muitos centros comerciais a presença de produto fruto de descaminho, crime tipificado pelo Decreto-Lei n° 2.848, de 7 de dezembro de 1940, o Código Penal Brasileiro, bem como produtos falsificados, conduta tipificada nesse Diploma Legal, comumente chamado de pirataria. De fato, essa conduta tem se espalhado por todo o mundo.

Estima-se que a pirataria movimenta U\$ 522 bilhões de dólares em todo o mundo, nutrindo uma estrutura de crime organizado, gerando evasão fiscal, interferindo negativamente na geração de empregos entre outros problemas decorrente dessa prática. Algumas cidades como Nova York, Paris tentam combater essa realidade através da criação de empresas de investigação que lidam especificamente com a pirataria, no caso de Nova York, ou a rigidez de legislação, no caso de Paris, punindo não apenas quem comercializa como também quem compra⁴. No caso do Brasil a punição da pirataria está presente, o Código Penal, com pena de detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa, podendo se estender a pena de reclusão, de (dois) anos a 4 (quatro) anos, e multa. Há previsão de sanções civis nos termos da Lei n° 9.610, de 19 de fevereiro de 2010.

⁵BELO HORIZONTE. Clube de diretores lojista. Relatório de Pesquisa: mercado informal brasileiro. Belo Horizonte, 2013, p. 19. Disponível em: <http://www.cdlbh.com.br/portal/2067/Enquetes_e_Pesquisas/Mercado_Informal_no_Brasil>. Acesso em: 9 out. 2014>.

divulgação do comércio, não há o risco de apreensão de mercadorias, entre outros. Os que defendem a informalidade dizem que a abertura de um negócio formal demanda burocracia excessiva, um alto gasto para custear e manter o negócio, bem como aumento do número de concorrentes.

O crescimento da formalização é importante para o desenvolvimento econômico da nação, bem como para a redução das desigualdades sociais, à medida que mais pessoas são inseridas no mercado formal, são capacitadas para tanto, e tem assegurados direitos trabalhistas. Porém para que a formalização se expanda, é necessário que haja uma reformulação de leis trabalhistas, tornando-as mais flexíveis, permitindo que pequenos empregadores possam contratar pessoas para trabalhar, sem, no entanto negligenciar no cumprimento dos direitos de seus empregados, o fortalecimento da educação do país, através da capacitação das pessoas de forma que atendam as exigências do mercado e assim consigam um emprego no setor formal. Além disso, é preciso que haja uma maior divulgação dos meios de formalização, de modo que os comerciantes informais tenham acesso a esses mecanismos e consigam se inserir na formalidade, já que muitos deles por não ter conhecimento de como formalizar seu negócio acabam ficando à margem, e sendo privado de benesses que a formalização permite desfrutar.

A formalização dos comerciantes possibilita, não apenas a garantia de seus direitos, mas também a comercialização de seus produtos com mais segurança e qualidade. Além disso, assegura aos envolvidos nessa relação de compra e venda chamada de relação jurídica de consumo, mais a frente detalhada, quais sejam fornecedores e consumidores, principalmente a esses, uma garantia mais concreta à medida que legitima com mais fundamentos probatórios a compra realizada pelo consumidor, assegurando a ele os direitos previstos no CDC.

É precisa que se diga, e esse será o alvo maior deste trabalho, que o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 3º define fornecedor e inclui dentro da categoria de *entes despersonalizados*, entendendo-se aqui todos aqueles que possuem personalidade jurídica de fato, incluindo-se aí os comerciantes informais. Nesse contexto, sem maiores esclarecimentos, o Código traz essa previsão, porém não especifica na prática como uma possível responsabilização acontece para esse tipo de fornecedor, tendo em vista que há toda uma problemática jurídica, econômica e social envolvendo esses comerciantes, principalmente os “camelôs” e “ambulantes”, tendo o consumidor dificuldade de comprovar, a aquisição do produto e/ou serviço.

A economia informal abarca um grande público-comerciante, sendo os “camelôs” e “ambulantes” a parte expressiva desse fenômeno. Serão, pois, estes os alvos principais deste trabalho no sentido de, inicialmente perquirir as diferenças entre ambos, e mais a frente inseri-los dentro do microsistema consumerista, e saber se o Código do Consumidor, a eles se aplicam, e como essa incidência acontece.

2.1 COMERCIANTES INFORMAIS: CAMELÔS OU AMBULANTES?

As expressões “camelô” e “ambulante”, muitas vezes são utilizadas como idênticas, isto é como se tivessem falando do mesmo tipo de comerciante. Há, porém algumas diferenças, não sendo, pois unânime nem a nível doutrinário nem a nível legislativo uma definição exata dos termos.

Há quem compreenda que os “camelôs” são aqueles comerciantes que possuem ponto fixo, com estrutura de trabalho melhor, e possuem autorização do poder público para se fixarem em determinado local e desempenharem suas atividades. Já os “ambulantes” entende o autor, como sendo aqueles que não possuem ponto fixo, e seus produtos são mais baratos frente aos “camelôs”⁶.

Outro defende que o que difere um do outro é a “mobilidade espacial do vendedor”⁷. Os termos não comportam distinções, porém entende que há uma divisão no comércio informal, quais sejam, um grupo fixo, que se localiza em pontos estratégicos de ampla movimentação; um grupo periódico que se fixa em áreas de lazer, e trabalham em finais de semana e feriados, e um grupo ocasional, que são aqueles que se instalam em volta dos comércios formais, e em eventos com grande atração do público⁸.

⁶ BERTOLUCCI, Fábio Luiz. A área central de Uberlândia: espaço preferencial das atividades informais – os camelôs e os ambulantes. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2., 2003, Uberlândia. *Anais...* Uberlândia, 2003. Disponível em <<http://www.ig.ufu.br>>. Acesso em: 10 out. 2014.

⁷ KITAMURA, Camila Kazumi; et al. O comércio e serviços ambulantes: uma discussão. *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 8, n. 23 p. 22. Disponível em: <<file:///C:/Users/Ale&Angel/Downloads/15656-58890-1-PB.pdf>>, Acesso em: 10 out. 2014.

⁸ CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O comércio informal e a cidade. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2., Uberlândia. *Anais...* Uberlândia, 2003. Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br>>. Acesso em: 11 out. 2014.

Há quem considere que os “camelôs” são aqueles comerciantes que possuem um ponto específico para desenvolver seu negócio, seja em bancas, ruas ou em um camelódromo. Já os “ambulantes” seriam aquelas pessoas que se locomovem para efetuar seu comércio⁹.

Não se pode negar que os “ambulantes”, isto é aquelas pessoas que vendem seus produtos sem um ponto fixo de comércio tem sido a expressão maior de crescimento do comércio informal. Nesse sentido, necessário que se crie espaços para que eles possam se firmar em um ponto fixo e desenvolver suas atividades, como em camelódromos ou shoppings populares¹⁰.

No trabalho aqui proposto optar-se-á pelo termo “camelô”, abrangendo assim todas aquelas pessoas que trabalham na informalidade, seja em ponto fixo ou não, nas ruas, praças, que vendam suas mercadorias a preços mais baratos que se comparado ao comércio formal. Abarca-se desse modo os “ambulantes”, que mesmo não possuindo um ponto fixo de trabalho possuem essas mesmas condições.

Importante ponto a se considerar é que a construção de camelódromos, visando a concentração de “ambulantes” e comerciantes e sua legalização, colocando-os em um ponto fixo para vender suas mercadorias e prestar seus serviços se dá em um ponto estratégico, qual seja próximo a paradas de transporte público, onde há concentração de pessoas de baixa renda, e são atraídas a esses locais por causa do baixo preço. Grande parte da população recorre a esses centros comerciais populares em virtude de seu baixo poder aquisitivo, vendo pois nesses locais a possibilidade de manter seu poder de compra sem comprometer outras áreas importante de seu sustento¹¹.

Em nível de legislação, o termo comumente utilizado é “ambulante”. O exercício do comércio ambulante é regulamentada como profissão pelo Decreto-Lei nº 2.041, de 27 de fevereiro de 1940.

O tema também é tratado na esfera municipal, que através de Leis definem quem é o ambulante ou camelô, e regulamentam a atividade. Grande parte das legislações utilizam o termo

⁹ MONTESSORO, Claudia. *Centralidade Urbana e Comércio Informal: Os Novos Espaços de Consumo no Centro de Anápolis*. Presidente Prudente, 2006. 384 f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006. p. 84.

¹⁰ *Ibid*, p. 206.

¹¹ KITAMURA, Camila Kazumi; et al. O comércio e serviços ambulantes: uma discussão. In: *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 8, n. 23 p. 23. Disponível em: <file:///C:/Users/Ale&Angel/Downloads/15656-58890-1-PB.pdf>. Acesso em: 10 out. 2014.

ambulante definindo-o como toda pessoa física, que desenvolva uma atividade dentro das exigências legais, e esteja autorizado pelo Poder Público competente.

Colaciona-se abaixo algumas dessas leis a título de exemplificação. A Lei Estadual nº 11.039 de 23 de agosto de 1991, da cidade de São Paulo, em seu artigo 3º define ambulante como sendo toda a “[...] a pessoa física, civilmente capaz, que exerça atividade lícita por conta própria ou mediante relação de emprego, desde que devidamente autorizado pelo Poder Público competente”.

Já a Lei Municipal nº 2.513, de 27 de dezembro de 1990, do Município de Criciúma, em seu artigo 2º, acerca do comércio ambulante, define a atividade como “[...] temporária de venda a varejo de mercadorias, realizada em logradouros públicos, por profissional autônomo, sem vinculação com terceiros, pessoa jurídica ou física, em locais e horários previamente determinados [...]”.

No Município do Rio de Janeiro, com a Lei nº 1.876 de 29 de junho de 1992, no artigo 1º define o comércio ambulante entendendo ser “atividade profissional temporária, exercida por pessoa física em logradouro público na forma e condições definidas nesta Lei.” No parágrafo único, traz a definição do comerciante “ambulante” ou “camelô” considerando como tal “a pessoa física que exerce essa atividade profissional por sua conta e risco, com ou sem emprego de tabuleiro ou outro apetrecho permitido nesta Lei, apregoando suas mercadorias. Subordinam-se os camelôs às disposições desta Lei”.

Em virtude do crescimento da atividade tornou-se necessário a sua regulamentação de forma que através de normas houvesse um ordenamento desses comerciantes no desempenho de seus negócios, e pudesse assim atender a uma demanda cada vez mais em ascendência, não descuidando desse maneira do aspecto econômico e social, já que legaliza a atividade e permite que o ambulante tenha direitos e deveres como um comerciante formal. Passa-se a seguir a analisar perfunctoriamente como esses comerciantes estão dispostos no município de Natal/RN.

2.2 A REALIDADE DO COMÉRCIO INFORMAL EM NATAL/RN

No município de Natal, o fenômeno da informalidade se concentrou inicialmente nos bairros comerciais da Cidade Alta e do Alecrim. Porém a expansão da atividade começou a atingir pontos estratégicos de venda tais como, hipermercados, shoppings, bancos, eventos, entre

outros. Esse cenário é fruto da crise econômica vivida em 1980, que trouxe para o mercado informal mais pessoas, pois os empregos formais só faziam diminuir¹². Adite-se que esse crescimento se deu também por causa da expansão da cidade como centro econômico, atraindo pessoas do campo para a capital, principalmente em busca de novas oportunidades. Por não haver postos de trabalho para todo o contingente populacional existente, nas décadas de 1990 e 2000, o comércio ambulante tornou então uma alternativa viável¹³.

O primeiro polo comercial do município foi a Cidade Alta. Inicialmente era um bairro residencial, mas aos poucos foi abrigando serviços, principalmente do gênero alimentício. Após os anos de 1960, o bairro da Ribeira passou junto com a Cidade Alta, frequentado principalmente por quem detinha maior poder aquisitivo, a concentrar o comércio da capital.

Entretanto, se de um lado as grandes lojas, bancos, entre outros comércios cresciam na localidade, os “camelôs” viam no espaço um ambiente favorável ao desenvolvimento de sua atividade, isto é, ambiente propício para a venda de suas mercadorias. Contudo, a presença desses camelôs se deu de maneira desordenada, fixando-se em uma das ruas mais estratégicas do bairro, a Avenida Rio Branco. Aos poucos o bairro da Ribeira foi perdendo a referência de bairro comercial, concentrado nos dias de hoje prédios históricos, bem como prédios de órgãos públicos.

Com vistas a ordenar o bairro da Cidade Alta, em virtude da desorganização espacial que se encontrava, com a presença dos “camelôs” pelas ruas e calçadas, a Prefeitura Municipal criou um espaço para esses comerciantes, o Shopping Popular da Cidade Alta, de forma que pudessem trabalhar com mais segurança, e desocupassem as vias urbanas. O shopping subsiste até os dias de hoje com 452 boxes. Embora nem todos estejam ocupados, os principais produtos comercializados são: roupas, calçados, artigos de eletroeletrônica, serviços de xerox e consertos

¹²Alves; Tavares afirmam que: “A partir da década de 1990, observa-se um grande crescimento da economia informal nas médias e grandes cidades brasileiras, passando a englobar um conjunto heterogêneo de trabalhadores. Paralelamente a esse aumento, tem-se o crescimento de outras formas de trabalho não-regulamentadas pela legislação trabalhista, que podem ser vistas como participantes de um contexto mais amplo de precarização do trabalho. ALVES, Maria Aparecida; TAVARES, Maria Augusta. A dupla face da informalidade do trabalho: “autonomia” ou precarização. In: Riqueza e miséria do trabalho no Brasil. São Paulo:Boitempo, 2006, p. 428.

¹³OLIVEIRA, Joilma de Deus. Trabalhadores por conta própria: o trabalho dos vendedores ambulantes da passarela do Natal Shopping e do Via Direta. 2009, 175 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009, p. 86.

em geral¹⁴. Outra localidade em que os “camelôs” também estão presentes de maneira significativa é o bairro do Alecrim, que junto com a Cidade Alta constituem o centro comercial de Natal. Ao contrário do bairro Cidade Alta e Ribeira que atendiam uma demanda mais elitizada, o bairro do Alecrim norteava seu comércio para todas as camadas sociais. O bairro passou por diversas mudanças, físicas e arquitetônicas, porém os “camelôs” se mantiveram e continuaram sendo presença marcante do lugar.

Com o intuito de melhor alocar esses comerciantes espalhados, outrossim, pelas ruas, calçadas, feiras e praças do bairro, dando melhores condições de trabalho a eles, bem como facilitando o acesso dos pedestres, a Prefeitura, assim como no bairro Cidade Alta, construiu o Shopping Popular do Alecrim, visando a concentração desses “camelôs” em um único espaço. O camelódromo do Alecrim, como popularmente é conhecido abriga hoje 450 boxes.

O escopo inicial do Poder Público de concentrar todos os comerciantes nesse espaço não vingou visto que muitos outros comerciantes começaram a se instalar nos pontos proibidos pela Prefeitura, e com a falta de fiscalização e uma política pública de inserção dessas pessoas, o bairro foi sendo tomado novamente pelos “camelôs”, realidade que se encontra até os dias de hoje.

Insta acrescentar que o fenômeno que inicialmente se concentrava com mais nitidez nesses dois bairros (Cidade Alta e Alecrim), hodiernamente vem ganhado outros espaços, como parada de transporte público, passarelas próximo a shoppings, supermercados, praias entre outros.

A questão da informalidade no município de Natal vem sendo trabalhada pela Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (SEMSUR), que tem competência para “normatizar e fiscalizar o comércio ambulante, as bancas de revistas, quiosques, os trailers e demais serviços similares¹⁵”.

Através da edição de Portarias e Decretos Municipais, a Prefeitura vem regulando o assunto e estabelecendo diretrizes para o funcionamento da atividade. Em Natal, é o Decreto Municipal nº 5.661 de 15 de maio de 1995, que fala sobre as atividades comerciais do camelô no município. Em seu artigo 1º define “camelô” como sendo o “negociante que vende nas ruas, em geral nas calçadas, bugigangas ou outros artigos, apregoando-se de modo típico”. No artigo 2º acrescenta que a atividade deve obedecer aos ditames do Decreto e compete ao Secretário Municipal de Serviços Urbanos “[...] a concessão de seu licenciamento, fiscalização e elaboração

¹⁴ OLIVEIRA, Joilma de Deus. Trabalhadores por conta própria: o trabalho dos vendedores ambulantes da passarela do Natal Shopping e do Via Direta. 2009, 175 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009, p. 88.

¹⁵ PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL. Atribuições da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos. Disponível em: <<https://www.natal.rn.gov.br/semsur/paginas/ctd-790.html>>. Acesso em 14 out. 2014.

de normas necessárias a sua aplicação”. A SEMSUR regulamenta a atividade do “camelô” e do “ambulante” através da Portaria Municipal nº 019 de 20 de agosto de 2012. Nesse caso, faz diferença entre os termos. O parágrafo único do artigo 1º da Portaria entende como comércio ambulante “a atividade comercial ou a prestação de serviços em logradouro público ou localização fixa”.

Assim como nos demais municípios, Natal tem a preocupação de normatizar o exercício da atividade visto o crescimento da atividade que veio tomando proporções substanciais, interferindo assim na política urbana, econômica e social da cidade.

Viu-se que para o exercício da atividade é necessária uma autorização dada pela Prefeitura. No caso de Natal essa autorização é dada pela SEMSUR. Porém, em que pese essa previsão muitos são os casos em que os comerciantes se instalam nas ruas, calçadas, praças sem a devida autorização. Sem contar que muitos dos produtos comercializados são ilegais, não possuem nota fiscal, entre outras máculas. A secretaria tem uma política de fiscalização que se baseia em contato pessoal com os camelôs, solicitando a licença de autorização do exercício da atividade. Na falta da licença, o comerciante é notificado a deixar o local dentro de 48-72 horas. Não havendo cumprimento dessa determinação, as mercadorias são apreendidas, e a depender de seu gênero, ou são doadas a instituições cadastradas ou são destruídas por serem impróprias ao consumo.

Recentemente, a Secretaria tem implantado o projeto de reordenamento do comércio informal em alguns pontos da cidade. O projeto visa adequar os espaços para alguns vendedores “ambulantes”. A ideia é fazer com que esses comerciantes fiquem em um ponto fixo, isto é, desempenhem suas atividades em locais predeterminados pela prefeitura. A iniciativa não agradou a todos os comerciantes informais. Os insatisfeitos, principalmente os camelôs que já possuem ponto fixo, como no camelódromo da Cidade Alta, zona leste da capital, bairro onde o projeto já começou a ser colocado em prática, reclamam que uns terão mais chances de venda do que outros. Alguns camelôs alegam que os ambulantes teriam mais chance de lucro porque estariam na rota das pessoas, enquanto que os camelôs não. O ideal, afirmam, é que todos deveriam estar no mesmo local¹⁶.

¹⁶SOUZA, Carolina. Camelos criticam reordenamento do comércio informal da cidade alta e temem prejuízos. Jornal de Hoje, set. 2013. Seção Cidade. Disponível em: <<http://jornaldehoje.com.br/camelos-criticam-reordenamento-do-comercio-informal-dacidade-alta-e-temem-prejuizos/>> Acesso em 06 out. 2014.

O reordenamento baseou-se em um censo realizado pelo Departamento de Fiscalização da SEMSUR¹⁷. O estudo analisou as mercadorias vendidas, a área de atuação e os dados pessoais, além de questionário socioeconômico e registro de imagens. A partir do estudo é que foi determinado o número de vagas a serem ocupadas. Utilizou-se como critérios para o reordenamento a “preservação do passeio público, acessibilidade, dimensões dos passeios, tipologias edíficas e impacto no trânsito da cidade”¹⁸. No caso do bairro Cidade Alta o censo registrou 172 comerciantes informais, e após o estudo da mercadoria, e do respectivo meio de comercialização, constatou-se que 90 comerciantes atendiam aos requisitos visto que exerciam suas atividades dentro da lei.

A secretária adjunta da SEMSUR e coordenadora do projeto, Fátima Lima afirmou que o reordenamento contemplou comerciantes que não tinham box no camelódromo da Cidade Alta, e que os comerciantes que trabalham em pontos fixos também seriam beneficiados com um projeto de readequação. A previsão para o projeto era o primeiro semestre de 2014. À época (2012-2013), para a manutenção do controle de vendedores ambulantes seria disponibilizado oito fiscais no comércio da Cidade Alta.

O intuito da Prefeitura do Natal, através de sua secretaria é conceder a formalização desses ambulantes de forma que trabalhem dentro dos parâmetros legais, com segurança para o próprio comerciante e para os consumidores. Segundo o secretário da Semsur, Raniere Barbosa, a atividade informal é tradicional no centro de cidade, e desse modo é necessário que haja o licenciamento de forma que seja o número de comerciantes permitidos por lei seja respeitado¹⁹.

Os maiores entraves trazidos pelo comércio informal, aqui se destacando os “ambulantes”, alvo primeiro do projeto de reordenamento da prefeitura, são a sujeira nas calçadas e ruas, bem como a superlotação em alguns locais. Além disso, não se pode esquecer que muitos “ambulantes” trabalham na ilegalidade, prejudicando a concorrência de quem trabalha dentro dos ditames da lei. Alguns comerciantes reconhecem essa situação, mas alegam que não tem outra saída, e esperam que a medida não prejudique suas vendas.

¹⁷ Não foi possível ter acesso ao censo feito pela secretaria. Os dados aqui inseridos foram conseguidos através de notícias em jornais eletrônicos da cidade.

¹⁸ SOUZA, Carolina. Camelos criticam reordenamento do comércio informal da cidade alta e temem prejuízos. *O Jornal de Hoje*, set. 2013. Seção Cidade. Disponível em: <<http://jornaldehoje.com.br/camelos-criticam-reordenamento-do-comercio-informal-dacidade-alta-e-temem-prejuizos/>> Acesso em 06 out. 2014.

¹⁹ SOUZA, Carolina. Semsur organiza comércio informal da cidade alta. *O Jornal de Hoje*, mar., 2013. Seção Cidade. Disponível em: <<http://jornaldehoje.com.br/semsur-organiza-comercio-informal-da-cidade-alta/>>. Acesso em: 06 out. 2014.

Em que pese esse projeto de reordenamento dos comerciantes informais, principalmente para os “ambulantes”, não se ouviu falar, dentro do projeto, pelo menos expressamente, acerca da incidência do Código de Defesa do Consumidor a esses comerciantes. O CDC constitui um diploma de fundamental importância na defesa dos direitos dos consumidores, tutelando não apenas o consumidor, mas todo o ambiente de consumo, prezando por normas de qualidade e pela boa-fé.

Diante de um projeto importante para o município, no qual busca reorganizar os comerciantes informais, regularizando sua situação, e dotando-os de melhores condições de trabalho, não se pode esquecer de informar e conscientizar da aplicação do CDC, para ele, e principalmente para todas aquelas pessoas que compram suas mercadorias e utilizam-se de seus serviços. A informação é um direito do consumidor, e a prefeitura como Poder Público deveria estar atenta a essa questão. Deve criar meios para que tanto o comerciante, que é um fornecedor, quanto o consumidor tenham conhecimento dessa legislação, e mais que isso, que saibam que ela pode ser aplicada às compras que forem concretizadas no comércio informal, desde que atendidos os requisitos para a configuração da relação de consumo.

Contudo para que se possa de fato afirmar, principalmente do ponto de jurídico, se a legislação consumerista se aplica ou não ao comércio informal, mais precisamente aos “camelôs”, termo que aqui se optou, englobando também os “ambulantes”, em que pese sua peculiaridade de não trabalhar em pontos fixos, é necessário que se faça uma análise dos elementos constitutivos da relação jurídico de consumo, bem como as formas de responsabilização trazidas pelo Código em caso de violação dos direitos do consumidor assegurados pelo Diploma Legal.

3 RELAÇÃO DE CONSUMO NO COMÉRCIO INFORMAL REALIZADO PELOS CHAMADOS “CAMELÔS”

A defesa do consumidor é uma previsão constitucional, porém a Constituição Federal não especifica quem se enquadraria nessa definição e quem se configuraria sujeito de tal direito. O Código de Defesa do Consumidor, Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 não traz uma definição expressa do que seja relação de consumo, sendo por isso que sua compreensão requisita a caracterização conjunta de todos os elementos que a compõe. De fato, ela é composta por quatro elementos fundamentais quais sejam: dois *elementos subjetivos*, pelo menos um *objetivo* e o *elemento causal, finalístico* ou *teleológico*²⁰.

Os *elementos subjetivos* compreendem o consumidor, no qual o Código oferta quatro definições – uma direta e outras três por equiparação – e o fornecedor. São os sujeitos, os polos da relação de consumo. Como *elementos objetivos* estão compreendidos o produto e/ou serviço. São os objetos da relação consumerista. E por fim, o *elemento causal, finalístico* ou *teleológico*, traduzido pela expressão destinatário final. Ele está intrinsecamente ligado ao conceito de consumidor, isto é, deve o consumidor ser o destinatário final do produto e/ou serviço que adquire ou utiliza.

Para que de fato fique configurada a relação de consumo e assim receba a proteção assegurada no Código de Defesa do Consumidor é preciso que todos os elementos coexistam. Não pode haver dúvida acerca da presença do consumidor, fornecedor, ou da destinação final, pois uma análise de maneira individual configura um contrato alheio à relação de consumo. Não havendo a existência de pelo menos um desses elementos, a relação de consumo fica prejudicada, não sendo cabível a aplicação da normatização consumerista, devendo pois o aplicador se limitar a aplicação da legislação civil, comercial ou outra que melhor se adequar ao caso concreto²¹.

Este trabalho perquiri o objetivo de saber se de fato às relações travadas no comércio informal, desenvolvidas pelos chamados “camelôs”, aplica-se a normatização consumerista, e para tanto necessário se faz uma explanação mais detalhada de cada um dos elementos citados anteriormente, confrontando pois a realidade vivida no âmbito informal e a realidade descrita na legislação para a configuração da relação de consumo. Ressalte-se que os conceitos aqui

²⁰ NERY JÚNIOR, Nelson. *Código Brasileiro de defesa do Consumidor Comentado Pelos Autores do Anteprojeto*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000, p. 430.

²¹ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção Constitucional do Consumidor no Âmbito da Regulação Publicitária*. Natal: EIL, p. 44.

trabalhados irão se pautar primordialmente por seu aspecto jurídico-legal, não se escusando, porém, de abordar ainda que perfunctoriamente os termos em outras áreas das ciências humanas. Assim, segue-se.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DE CONSUMIDOR

A figura do consumidor vem cada dia mais ganhando relevância no mundo das relações jurídicas, e como figura primordial na relação de consumo é de suma importância um estudo acurado de seu conceito.

O Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa define consumidor como aquele: “*Adj.* 1. Que consome. *S. m.* 2. Aquele ou aquilo que consome. 3. *Restr.* Aquele que compra para gastar em uso próprio.”²² O dicionário Houaiss acrescenta: “*adj.s.m.* que ou o que consome. 1 que ou aquele que adquire mercadorias, riquezas e serviços para uso próprio ou de sua família; comprador, freguês, cliente.”²³

O conceito de consumidor sob o ponto de vista econômico seria todo aquele que é destinatário de um produto, sendo de fato o adquirente ou não, produtor ou não. Abrange não apenas aquele que se coloca como destinatário final, mas também como intermediário²⁴. Sob o ponto de vista sociológico, é qualquer indivíduo que desfruta ou utiliza bens e serviços, pertencentes, contudo, a uma determinada esfera social²⁵.

Quanto ao conceito jurídico de consumidor, a doutrina²⁶ tem se destinado a cumprir tal tarefa, sendo aqui o que mais expressa um conceito mais satisfatório e atualizado é aquele que

²² FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário aurélio da língua portuguesa*. 4. ed. Curitiba: Ed. Positivo, 2009. p. 533.

²³ HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001. p. 815.

²⁴ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Curadoria de proteção ao consumidor*. São Paulo, APMP (Série Cadernos Informativos), 1987, p.12. BENJAMIM, Antônio Herman V. O conceito jurídico de consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima. MIRAGEM, Bruno. (Org.) *Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor*. São Paulo. Revista dos Tribunais, p. 628/69, fev. 1988.

²⁵ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Manual de direitos do consumidor*. 3. ed., São Paulo: Atlas: 1999. *Ibid.*, p. 30.

²⁶ Alguns autores brasileiros vem tentando definir consumidor pelo viés jurídico, tais como Bulgarelli pontuando que consumidor é “aquele que se encontra numa situação de usar ou consumir, estabelecendo-se, por isso, uma relação atual ou potencial, fática sem dúvida, porém a que se deve dar uma valorização jurídica, a fim de protegê-lo, quer evitando quer reparando os danos sofridos”. BULGARELI, Waldirio. *A tutela do consumidor na jurisprudência e “de lege ferenda”*, Revista de Direito Mercantil (nova série), ano 22, 49:44, jan/mar. 1983. Já Fabio Konder entende que consumidores são aqueles “que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se

entende consumidor como a pessoa física ou jurídica que adquire para uso pessoal ou de sua família, produtos, serviços ou informações ao seu alcance por comerciantes, no exercício de sua atividade²⁷.

De fato, percebe-se que o conceito jurídico não descarta por completo as conceituações apresentadas anteriormente. Engloba, ao revés, todos os elementos de cada conceito de forma a ampliar a figura do consumidor, sem destoar, contudo, de parâmetros lógicos. É a partir do conceito legal, trazido pelo Código que se poderá compreender o conceito jurídico de consumidor, pois ele traz os elementos intrínsecos do conceito. A Lei traz, pois, quatro definições que, ao contrário do que se possa pensar, não podem ser compreendidas de forma isolada, mas de maneira conjunta para que assim não se perca o conceito global de consumidor. Assim, tem-se uma definição do tipo direta ou *strictu sensu*, e outras três por equiparação ou *lato sensu*. Esclareça-se desde já que os quatro conceitos trazidos pelo Código consideram como elementos decisivos para caracterização da relação de consumo a destinação final e a vulnerabilidade.

O primeiro conceito trazido pelo Código de Defesa do Consumidor está expresso no artigo 2º, *caput* e diz: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Há quem entenda que esse conceito embasou-se no conceito econômico²⁸.

Veja-se que o Código coloca como consumidor tanto a pessoa física quanto a jurídica. Quanto à pessoa física não há qualquer questionamento, e quanto à pessoa jurídica²⁹ o caminho deve ser o mesmo visto que a própria Lei considera-a como consumidora desde que atenda aos requisitos para tanto, isto é, que seja destinatária final do produto ou serviço e se encontre vulnerável³⁰. O Código não revela expressamente, sendo uma construção da doutrina³¹ e da

submeter ao poder dos titulares destes”. COMPARATO, Fábio Konder. A proteção do consumidor: importante capítulo do direito econômico. In: *Defesa do consumidor: textos básicos*. 2 ed., Brasília, CNDC, 1988, p. 37.

²⁷ BENJAMIN, Antonio Hermen de V. *O conceito jurídico de consumidor*. RT, 628:78, fev. 1988.

²⁸ SMANIO, Gianpaolo Poggio. *Interesses difusos e coletivos*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001, p.55.

²⁹ A ministra Nancy Andrighi em julgamento de Recurso Especial entendeu que “o que qualifica uma pessoa jurídica como consumidora é a aquisição ou utilização de produtos em benefício próprio; isto é, para satisfação de suas necessidades pessoais, sem ter o interesse de repassá-los a terceiros, nem empregá-los na geração de outros bens ou serviços”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº. 733.560/RJ. Rel. Min. Nancy Andrighi. Julgamento em 11/04/2006. DJ. 02/05/2006.

³⁰ KHOURI, Paulo R. Roque. *Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo*. Atlas, 2012, p.48.

³¹ Coadunam com esse mesmo entendimento: DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção do Consumidor – Conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p.104; GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 23; ALVES, Fabrício Germano.

jurisprudência³² o entendimento de que a pessoa jurídica é consumidora quando ao adquirir produto ou serviço não os utiliza para integrar uma cadeia de produção ou para prestar algum outro serviço. Nem sempre é possível identificar se o produto ou serviço faz parte da cadeia produtiva ou não, sendo, pois, uma análise do caso concreto que configurará tal ressalva. No mais, adquirindo o produto ou serviço em benefício próprio, merece, assim como a pessoa física, receber tutela especial por parte do microsistema consumerista.

O conceito direto ou *strictu sensu* é mais preciso e individualiza o consumidor, explicitando com mais clareza quem é qualificado como tal. Importa esclarecer desde já que consumidor não é somente aquele que adquire, mas também aquele que utiliza o produto ou serviço mesmo que não tenha sido ele o adquirente. A utilização do verbo “adquirir” está colocada de forma ampla, se enquadrando aí a aquisição tanto do ponto de vista oneroso quanto gratuito. Nesse sentido, ambos poderão ser entendidos como consumidores. Nos casos em que quem adquiriu não é quem vai utilizar e vice-versa, não haverá a descaracterização da condição de consumidor.

Assim é possível afirmar que aquela pessoa que se dirige a um “camelô”, entendido aqui tanto aquele que tem ponto fixo ou não, e adquire um produto ou a prestação de um serviço, para uso próprio, ou para dar de presente por exemplo, é consumidora, nos termos definidos anteriormente.

Intrinsecamente ligado ao conceito de consumidor está o terceiro elemento elencado anteriormente, que é o *causal, finalístico* ou *teleológico*, configurado na expressão “destinatário final”. De fato, é um termo que suscita dúvidas, pois, dependendo de como ele é compreendido a figura do consumidor desaparece, e conforme falado, na ausência de um elemento constitutivo, a relação consumerista também deixa de existir.

A destinação final, ou finalidade é um dos requisitos para caracterizar a relação de consumo, e no conceito direto de consumidor ela vem expressa nos termos “destinatário final”.

Proteção Constitucional do Consumidor no Âmbito da Regulação Publicitária. Natal: IEL, 2009, p.47. MUKAI, Toshio. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1991, p.6; MARINS, James. et al. *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p. 30; FILOMENO, José Geraldo Brito. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. 3. ed. Forense Universitária, [19?] p. 27. FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando; *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 13.

³²Nesse sentido: STJ. REsp: 932557 SP 2007/0052266-7; Rel. Min. Luis Felipe Salomão. Data de Julgamento. 07/02/2012, Quarta Turma. DJe 23/02/2012; TJ-AL.AI: 00064743920128020000 AL 0006474-39.2012.8.02.0000, Rel. Des. Tutmés Airan de Albuquerque Melo, Data de Julgamento: 29/04/2013, 1ª Câmara Cível, DJe 05/06/2013; TJ-BA. APL 00936564720108050001 BA 0093656-47.2010.8.05.0001, Rel. José Olegário Monção Caldas, Data de Julgamento: 10/04/2012, Quarta Câmara Cível, DJe 7/11/2012.

Para dirimir os possíveis conflitos que ela pode desencadear, passa-se agora a uma análise das duas teorias, que trataram desse elemento, são elas a *teoria finalista* e *teoria maximalista*, de forma que a adoção de uma ou de outra restringe ou amplia a presença do consumidor, e por conseguinte, a existência da relação de consumo.

A *teoria finalista*³³, também chamada de teoria *econômica* ou *minimalista* determina que a relação de consumo somente estará caracterizada quando presentes a destinação fática e econômica, isto é, quando a aquisição do produto destina-se a uso pessoal ou familiar e não tenha o intuito de auferir nenhum lucro. Aquele que adquire ou utiliza o produto ou serviço apenas para uso próprio, configuraria assim a destinação final fática, e aquele que finaliza a cadeia de produção caracterizaria a destinação final econômica. Não basta apenas comprar ou utilizar o produto e/ou serviço. É preciso que ele não seja destinado para revenda ou uso profissional³⁴. Nesse caso presente os dois requisitos, tem-se a figura do consumidor. De fato essa teoria realiza uma interpretação mais limitada da definição de consumidor trazida no Código.

Para a referida corrente, às pessoas que adquirem o produto ou utilizam certo serviço como um bem de produção, não deve ser aplicado o requisito da vulnerabilidade. São invulneráveis presumidamente. Este entendimento reduz substancialmente o universo das pessoas que seriam consumidoras. Quando por exemplo uma costureira compra uma máquina de costura, diretamente ela não auferir nenhum lucro, contudo de forma indireta ela utiliza a máquina para confecção de roupas para revenda, isto é, uma atividade lucrativa. Desse modo, sob a luz dessa teoria, a costureira não se encontra vulnerável não podendo ser considerada como destinatária final da máquina, não sendo consumidora e não havendo, portanto, a relação de consumo.

A pessoa, independente de ser física ou jurídica, que compra o bem para continuar a produzir não é consumidora final, pois transforma e utiliza o produto ou serviço para oferecer a outrem, que neste caso seria o real consumidor³⁵. O Superior Tribunal de Justiça já utilizou essa teoria para fundamentar algumas de suas decisões³⁶.

³³MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2004, p.306.

³⁴*Ibid*, p.53.

³⁵GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6ªed. Niteroi; Impetus, 2010, p. 15-16.

³⁶“Tratando se de financiamento obtido por empresário, destinado precipuamente a incrementar a sua atividade negocial, não se podendo qualifica-lo, portanto como destinatário final, inexistente é a pretendida relação de consumo. Inaplicação no caso do Código de Defesa do Consumidor” (STJ, REsp. n° 218505/MG, DJ 14/02/2000, Rel. Min. Barros Monteiro, j. 16/09/1999).Nesse sentido: STJ, REsp. n° 264.126/RS, Rel. Min. Barros Monteiro,

Em princípio, ao se analisar a doutrina finalista sob o enfoque da necessidade da destinação final econômica, vê-se que se torna inviável considerar a pessoa jurídica como consumidora, pois é comum que os produtos ou serviços que adquiram sejam, ainda que de maneira indireta, utilizados na atividade lucrativa. O Código foi bem nítido ao dizer que a pessoa jurídica pode ser consumidora. Então como conciliar? Para se adequar a essa regra, a doutrina finalista passou a distinguir quando o produto ou serviço é adquirido para uso pessoal ou quando é utilizado como insumo de produção. Assim, se o produto ou serviço é utilizado como matéria prima da cadeia produtiva, a pessoa jurídica não seria considerada consumidora, mas se não fossem utilizados como insumos, poderia assim ser considerada.

Já a *teoria maximalista* é mais extensiva. Enquanto a *teoria finalista* baseia-se no conceito econômico de consumidor, a *maximalista* pauta-se no seu conceito puramente jurídico. Entende-se que as normas contidas no Código devem reger a sociedade de consumo como um todo³⁷. Essa teoria se vale do princípio encartado no artigo 4º, inciso I, do CDC, qual seja o *princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo*.

A referida teoria amplia o conceito de consumidor abarcando tanto os que não são profissionais como os profissionais que comprem ou utilizam o produto ou serviço. O destinatário final seria apenas o destinatário fático do produto ou serviço, ou seja, aquele que retira do ambiente de mercado e/ou o utiliza³⁸, sem a partir desses, auferir lucro de maneira direta. O conceito de consumidor seria “puramente objetivo”, não sendo relevante a finalidade da aquisição ou uso do produto ou serviço³⁹. O STJ também já fundamentou decisões com essa corrente⁴⁰.

Quarta Turma, unânime, DJ 27/08/2000; STJ REsp. n° 475220/GO, Rel. Min. Paulo Medina, Sexta Turma, unânime, DJ 15/09/2003.

³⁷ GARCIA, Leandro de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6.ed. Niteroi; Impetus, 2010, p. 16-17.

³⁸ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor*. 4.ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2002, p.254.

³⁹ GARCIA, Leandro de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6.ed. Niteroi; Impetus, 2010, p. 17.

⁴⁰ “No caso presente, a recorrente contratou o serviço da transportadora, detentora do navio, encerrada a relação de consumo com a efetivação do transporte. O que é feito com produto transportado não tem, a meu ver, peso algum na definição de quem foi o ‘destinatário final’ do serviço do transporte” (STJ REsp. n° 256.441/RS, Rel. Min. Antônio de Pádua Ribeiro, Rel. p/ac. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, Terceira Turma, maioria, DJ 03/02/2003). Seguem a mesma linha: STJ REsp. n°286.441/RS, Rel. Min. Antônio de Pádua Ribeiro, Rel p/ac. Min. Carlos Alberto Menezes Direito, Terceira Turma, maioria, DJ 03/03/2003; STJ REsp. n° 263.229/SP, Rel. Min. José Delgado, Primeira Turma, unânime, DJ 09/04/2001.

No mencionado caso da costureira, por essa teoria ela seria considerada consumidora pelo simples fato de ter adquirido a máquina e ser a destinatária final do produto, pois não auferiu lucro direto com a compra da máquina e por restar presente sua vulnerabilidade no ato da compra da mercadoria.

Os finalistas entendem que a abrangência demasiada da aplicação do CDC traria o descrédito do fim proposto pelo legislador e tutelaria de maneira especial os profissionais quando figurassem como consumidores, obtendo privilégios diferenciados das do Direito comum⁴¹.

Por outro lado, a abrangência defendida pelos maximalistas tem razão de existir. É preciso destacar que a expressão “destinatário final” foi colocada com o objetivo de refutar a ideia do ganho direto de lucro por meio da comercialização de produtos ou serviços comprados ou utilizados, quer dizer, a revenda ou repasse desses. Além disso, o *princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor*, previsto no artigo 4º, inciso I do CDC, fundamento da aplicação da doutrina *maximalista* não prevê nenhuma restrição expressa a nenhuma categoria de consumidores, pelo contrário, insere os que fazem uso profissional do produto ou do serviço.

O estabelecimento de limites à presunção de vulnerabilidade, como prevê a *teoria finalista* revela uma restrição demasiada, sendo incompatível com a política de facilitação da defesa do consumidor bem como do reconhecimento de sua hipossuficiência, configurando uma construção que atenta contra o *princípio da isonomia constitucional*, além de ferir a ordem do que defende o microsistema do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Desse modo parece aqui mais razoável a utilização da teoria *maximalista*.

Verdade se diga que a interpretação do *princípio do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor* deve ser feita de maneira irrestrita e mais extensiva possível de forma que se possa presumir o estado de vulnerabilidade de todos os consumidores no mercado de consumo. Esse reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor advém do tratamento igualitário encartado no corpo constitucional, no *caput* do artigo 5º da Constituição Federal⁴².

⁴¹GARCIA, Leandro de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6.ed. Niteroi; Impetus, 2010, p. 18.

⁴²“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”. O princípio da isonomia ou da igualdade assegura que todos são iguais perante a lei, conforme dispositivo constitucional. É o que se chama de igualdade formal ou perante a lei. Porém é preciso destacar que alguns grupos de pessoas requerem uma atenção especial, justificando assim o tratamento diferenciado, haja vista condições distintas do ponto de vista social, político e cultural. Em virtude do desnível existente entre os

Do *princípio da isonomia*, em que todos devem ser tratados de modo igual, verificadas as desigualdades, subentende-se ser o consumidor a parte mais fraca da relação de consumo e, por isso, merecedor de especial atenção, de forma que toda intervenção legislativa, administrativa ou jurídica que regulamenta a relação de consumo deve ter como atividade essencial a busca pelo suprimento da vulnerabilidade do consumidor. Nesse entendimento, é possível a existência de um universo cada vez maior de aplicação da legislação consumerista e por consequência uma proteção cada vez mais ascendente de relações jurídicas que possuem tal caráter⁴³. Porém, em que pese a razoabilidade da *teoria maximalista*, a maioria da doutrina⁴⁴ e o Superior Tribunal de Justiça⁴⁵ entendem que a melhor teoria a ser utilizada é a chamada *teoria finalista atenuada, mitigada ou temperada*. Tal corrente propugna que um profissional ou empresa que compra ou utiliza um produto ou serviço pode ser considerado consumidor-destinatário final, ainda que utilize o produto ou serviço para auferir lucro. É necessário, contudo, que prove sua vulnerabilidade, que pode ser técnica, jurídica, econômica ou informacional, na situação concreta⁴⁶.

A vulnerabilidade acaba sendo uma característica intrínseca do consumidor, isto é, ela pode ser presumida, porém não é certa, absoluta (presunção *jure et de jure*), mas uma presunção relativa (presunção *juris tantum*), que pode ser afastada pelo Poder Judiciário de ofício ou por

mais diversos grupos da população necessário se faz que se trate de maneira desigual os desiguais. Alcança-se dessa forma a igualdade material. Os consumidores enquadram-se nesse grupo de pessoas que merecem uma atenção especial. RODRIGUES, Marcelo Abelha. Análise de alguns princípios do processo civil à luz do título III do código de proteção e defesa do Consumidor. In: *Revista Direito do Consumidor*, vol. 15, São Paulo: RT, p. 50 e 51.

⁴³ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*, Natal, IEL, 2009, p.50.

⁴⁴ Nesse sentido: NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. *A proteção constitucional do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 64; BOLZAN, Fabrício. Serviço público e a incidência do código de defesa do consumidor, In: BOLZAN, Fabrício; MARINELA, Fernanda (Org.). *Leituras complementares de direito administrativo de direito administrativo*: Advocacia pública. 2.ed. Salvador: JusPodivm, 2010, p. 232; DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p.108; MANCUSO, Rodolfo de Camargo. A jurisprudência evolutiva do STJ em temas controvertidos e relevantes do consumerismo, In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). *20 anos do código de defesa do consumidor: estudos em homenagem ao professor José Geraldo Brito Filomeno*. São Paulo: Atlas, 2010, p. 483.

⁴⁵ “O ponto de partida do CDC é a afirmação do Princípio Vulnerabilidade do Consumidor, mecanismo que visa a garantir igualdade formal-material aos sujeitos da relação jurídica de consumo, o que não quer dizer compactuar com exageros que, sem utilidade real, obstem o progresso tecnológico, a circulação dos bens de consumo e a própria lucratividade dos negócios”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 586.316/MG. Rel. Min. Herman Benjamin. Julgamento em 17/04/2007. DJe. 19/03/2009.

⁴⁶ “Com vistas, porém, ao esgotamento da questão, cumpre consignar a existência de certo abrandamento na interpretação finalista, na medida em que se admite, excepcionalmente e desde que demonstrada *in concreto* a vulnerabilidade técnica, jurídica ou econômica, aplicação das normas do Código de Defesa do Consumidor a determinados consumidores profissionais, como pequenas empresas e profissionais liberais”. STJ REsp. nº 661.145. Rel. Min. Jorge Scartezzini, Quarta Turma, j. 22/02/2005.

meio de representação de prova apresentada pela outra parte que ateste o contrário do alegado⁴⁷. Esclareça-se que sendo o consumidor uma pessoa física, de fato, a vulnerabilidade é presumida, mas sendo pessoa jurídica essa vulnerabilidade deverá ser provada no caso concreto⁴⁸.

Quando o sistema jurídico brasileiro reconhece a vulnerabilidade como um princípio entende que ela é uma qualidade/condição dos sujeitos mais fracos da relação de consumo haja vista o fato de que podem vir a ser ofendidos ou feridos na sua segurança física ou psíquica, bem como na seara econômica, pelo polo dos sujeitos mais fortes dessa relação⁴⁹.

De fato a fragilidade e impotência do consumidor torna-se indiscutível em face do outro polo da relação de consumo, detentor de poder econômico e de evidente supremacia na relação. A teoria predominante, qual seja, *finalística atenuada*, é no sentido de que qualquer pessoa/empresa pode ser entendida como consumidora-destinatária final, quando adquire ou utiliza o produto ou serviço desde que comprove alguma vulnerabilidade técnica/informacional, econômica, jurídica. A fraqueza do consumidor se consubstancia nesses quatro campos.

Aqui é importante destacar que o nível socioeconômico predominante das pessoas que buscam o comércio informal é baixo, de modo que além da vulnerabilidade intrínseca a sua condição de consumidora, possuem “agravantes” no sentido de que o nível de conhecimento básico não está presente, e assim, o índice de violação de seus direitos acaba sendo maior se comparado a outro grupo de consumidor, com nível social e econômico maior, principalmente.

A vulnerabilidade técnica/informacional⁵⁰ é consequência da falta de conhecimento sobre os meios de produção, riscos, e efeitos derivados das mercadorias consumidas. Essa debilidade informacional decorre da falta de informação propriamente dita, informações enganosas e até mesmo aquelas desnecessárias e em excesso que confundem e dificultam o

⁴⁷DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p.108.

⁴⁸GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e Jurisprudência*. 6 ed. Niteroi; Impetus, 2010, p.24.

⁴⁹MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009 p. 125.

⁵⁰Sobre a vulnerabilidade técnica, Nunes (2011, p.174-175) acrescenta *in verbis* “[...] está ligada aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se está apenas referindo aos aspectos técnicos ou administrativos para a fabricação e distribuição de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido” (grifo nosso). NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano; ALVES, Yolanda Pinto Serrano de. *Código de defesa do consumidor interpretado* (doutrina e jurisprudência). 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 174-175.

entendimento do sujeito passivo, que diante de tamanha complexidade dos modos e técnicas utilizadas encontra-se em posição de inferioridade. Muitos consumidores que vão aos “camelôs”, não sabem em que circunstâncias o produto adquirido foi feito. Além disso, o fluxo nesses ambientes é intenso de forma que as informações passadas pelo comerciante, ou não são fornecidas, ou são dadas de maneira que mais confundem do que esclarecem o consumidor. Todas essas razões tornam esse vulnerável visto que desconhece de dados importantes ao funcionamento da mercadoria.

A segunda vulnerabilidade é a jurídica que diz respeito à dificuldade do consumidor ofendido encontrar e dispor de meios suficientes e eficazes para defender seus interesses e direitos violados, seja na esfera administrativa ou judicial, perante os órgãos de defesa do consumidor ou, com a representação do advogado, ingressar na esfera judicial. Essa vulnerabilidade pode se dá na fase extrajudicial, pré-processual ou ainda na fase judicial. Em que pese a difusão do acesso à justiça, para muitos consumidores, principalmente os que frequentam o comércio informal, é custoso ter acesso aos órgãos judiciais, e até mesmo órgãos administrativos, não apenas por falta de conhecimento, mas também pela dificuldade financeira de custear um processo judicial, plantando no consumidor a desistência de buscar seus direitos, seja na via administrativa ou judicial.

A vulnerabilidade econômica refere-se ao aspecto financeiro, em que na maioria esmagadora dos casos, é o fornecedor que detém vantagem sobre o consumidor no tocante aos acontecimentos relativos à economia de mercado e as imposições políticas⁵¹. O consumidor, seja aquele que compra em ambiente formal ou informal, possui um déficit financeiro pois em que pese o poder de compra, o fornecedor (o comerciante mais precisamente), detém ainda maior domínio da cadeia pois além de escolher o produto que oferta, também escolhe, conforme índices econômicos, o preço da mercadoria, não havendo uma diferenciação se quem compra o produto se enquadra em determinada classe econômica ou não, aumentando assim as desigualdades. No caso dos camelôs, mesmo possuindo o diferencial de vender mercadorias abaixo do preço do mercado formal, o comerciante ainda mantém uma superioridade sobre a maioria de seus

⁵¹Segundo Moraes (2009, p.175) a vulnerabilidade econômica “[...] decorre diretamente da disparidade de forças existente entre os consumidores e os agentes econômicos, revelando que estas possuem maiores condições de impor a sua vontade àqueles, por intermédio da utilização dos mecanismos técnicos mais avançados que o poderio monetário ode conseguir”. MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009 p. 125

consumidores, pois se valendo de sua condição de comerciante tem a oportunidade de comprar mercadorias de outros fornecedores por um preço mais barato, e revendê-las, mesmo que ainda por um preço mais vantajoso que os do comércio formal, até pela discrepância da qualidade do produto, para o consumidor mais caro que a que ele adquire, tornando-o vulnerável, sem muitas escolhas.

É preciso esclarecer que vulnerabilidade não se confunde com hipossuficiência⁵², embora haja quem entenda os termos com o mesmo significado⁵³. A hipossuficiência é um requisito do âmbito processual presente no artigo 6º, inciso VIII, do CDC⁵⁴, que busca determinar um modelo quando presente uma situação de desigualdade no curso do processo. Nesse sentido, cabe ao juiz avaliar as dificuldades com custas processuais, produção de provas, acesso a informações e tudo mais que estabeleça uma desigualdade entre as partes.

Já a vulnerabilidade, princípio basilar do CDC, previsto no artigo 4º, inciso I do CDC⁵⁵, se mostra presente antes mesmo da existência de um processo, sendo um critério de Direito Material. A subordinação do consumidor frente ao fornecedor no tocante aos conhecimentos técnico/informacional, jurídico e econômico já é o suficiente para reconhecer a fragilidade daquele (consumidor) frente a esse (fornecedor).

A vulnerabilidade é característica universal de todos os consumidores, já a hipossuficiência não, pelo menos no tocante ao aspecto econômico. Independe para fins do princípio da vulnerabilidade a condição socioeconômica do consumidor. Há quem entenda que ela seria uma espécie da vulnerabilidade⁵⁶. O que é preciso deixar assente é que nem todo

⁵²Nesse sentido: BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no código de defesa do consumidor: principiologia, conceitos, contratos atuais*. 5.ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, p. 85; AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.68

⁵³Nesse sentido: FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 15-16. SMANIO, Gianpaolo Poggio. *Interesses difusos e coletivos*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2001, p.56.

⁵⁴Art.6º São direitos do consumidor: (...) 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.

⁵⁵Art. 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: I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

⁵⁶MORATO, Antonio Carlos. *Pessoa jurídica consumidora*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008, p.31.

consumidor, que é vulnerável de alguma forma, não necessariamente precisa ser hipossuficiente⁵⁷, já todo hipossuficiente é intrinsecamente vulnerável.

Diante do exposto, é possível afirmar que a *teoria finalista atenuada* é a que melhor consegue traduzir os anseios do microsistema do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, de forma que ele consiga se fazer presente e tutelar uma quantidade cada vez maior de relações jurídicas de sua alçada⁵⁸.

Além da definição contida no artigo 2º, *caput*, qual seja a *strictu sensu* ou direta, o Código de Defesa do Consumidor trouxe mais três definições por equiparação (*lato sensu*). A segunda definição de consumidor vem disposta no artigo 2º, parágrafo único, com a seguinte redação: “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Essa definição abarca os direitos e interesses coletivos *lato sensu*, que englobam a categorias de direitos ou interesses difusos, pois afetam um número indeterminado de pessoas que se vinculam por uma relação formal; coletivos *strictu sensu*, pois atingem titulares de um mesmo grupo e que relacionam-se com outra pessoa a ser demandada decorrente do vínculo jurídico; e *individuais homogêneos*, que correspondem aqueles que possuem uma origem comum, conforme inciso III, do parágrafo único do artigo 81 do CDC. A universalidade ou o grupo de pessoas tutelado por esse parágrafo, não necessariamente precisa ser pessoa jurídica⁵⁹. Ao contrário da objetividade da primeira definição, aqui o Código não menciona como deve ser essa interferência, dando ampla liberdade para o intérprete-aplicador para suprir essa omissão. A presença ativa da doutrina e jurisprudência torna-se de suma

⁵⁷ Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin aponta que “(...) a vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educados ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é marca pessoal, limitada a alguns – até mesmo a uma coletividade – mas nunca a todos os consumidores. A vulnerabilidade do consumidor justifica a existência do Código. A hipossuficiência, por seu turno, legitima alguns tratamentos diferenciados no interior do próprio Código como, por exemplo, a previsão de inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII)”. BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. *Comentários ao código de proteção ao consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1991, p-224-225.

⁵⁸ Insta consignar que existe um cunho social que determina a necessidade de troca e da prestação de serviços. Esse caráter é fator determinante para se configurar a relação exacerbada de consumo, pois se configura como atividade voltada para deixar o estágio de invisível para então poder se inclui, ser visto e percebido na sociedade. O consumo é um aspecto atemporal e irremovível, caracterizado pela necessidade biológica, já o consumismo se apresenta como a principal força propulsora e operativa da sociedade, sendo o produto de vontades humanas que transformam e definem tanto as classes sociais quanto a formação dos indivíduos, de modo bastante alienado, que regula essa sociedade de consumidores, estabelecendo parâmetros e padrões, que por serem subjetivos, são instáveis, pois aposta na irracionalidade do consumidor, alimentando as emoções consumeristas.

⁵⁹ NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 4 ed, 2009, p.84.

importância para facilitar a aplicação do dispositivo⁶⁰. É necessário à coletividade de pessoas que o parágrafo se refere o elemento da destinação final do produto ou serviço. A definição de consumidor em seu aspecto individual e coletivo estão presentes, respectivamente no *caput* do artigo 2º e em seu parágrafo único⁶¹.

A terceira definição de consumidor equiparado está presente na redação do artigo 17 do CDC, que traz o seguinte: “Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”. A seção que se refere este artigo é a seção II do Capítulo IV que aborda a responsabilização pelo fato do produto e do serviço. Esta seção trata dos danos relacionados às relações de consumo também denominados de acidentes de consumo⁶². Portanto, será protegido pelas normas de proteção e defesa do consumidor a pessoa que mesmo não sendo a consumidora do produto ou serviço, sofra de algum modo uma lesão em decorrência de uma relação jurídica de consumo que esteja acontecendo.

O referido dispositivo equipara a categoria de consumidores pessoas alheias e que não estejam interagindo diretamente nas relações de consumo, porém venham a sofrer algum dano em virtude dela, sendo desse modo considerados consumidores por equiparação. Denominam-se tais pessoas de *bystanders*, ou seja, um mero expectador, um terceiro, seja pessoa física ou jurídica que inicialmente não fazia parte da relação de consumo, mas em virtude de um dano advindo de um defeito no produto ou serviço de uma relação de consumo, são acertadas em sua incolumidade física ou segurança e passam por equiparação a fazer parte da relação. Aqui não importa se o terceiro, ora consumidor equiparado é ou não destinatário final do produto ou serviço⁶³.

⁶⁰ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal, IEL, 2009, p. 51-52.

⁶¹ DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p. 186 e ss.

⁶² Cumpre aclarar que este artigo apenas se emprega à responsabilidade pelo fato do produto e serviço, presentes nos artigos 12 ao 14. GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6. ed. Niterói; Impetus, 2010, p.147.

⁶³ O Código de Defesa do Consumidor preocupado com a figura dos ‘terceiros’, também denominados *bystanders*, ou seja aquelas pessoas estranhas à relação de consumo, mas que sofreram prejuízo em razão dos defeitos intrínsecos ou extrínsecos do produto ou serviço, mediante o preceito legal inserido em seu art. 17, assegurou o ressarcimento dos danos causados às vítimas de vícios de qualidade. Logo, basta ser ‘vítima’ de um produto ou serviço para ser privilegiado com a posição de consumidor legalmente protegido pelas normas sobre responsabilidade objetiva pelo fato do produto presentes no CDC. Trata-se de novo âmbito de tutela do consumidor: a vítima do acidente de consumo que, em virtude do disposto no art. 17 do CDC, passa a ser equiparado ao consumidor. Desconsidera-se, a partir desse momento, se o tutelado, ora consumidor, qualifica-se como destinatário final do produto ou serviço; se houve a sua participação na relação de consumo ou não. Mostra-se suficiente que a vítima, para que seja equiparada

Quando por exemplo um “camelô” está testando um produto já comprado pelo consumidor, em seu local de trabalho, e por alguma razão a mercadoria acaba dando um defeito atinge outras pessoas que estejam passando no local, ou mesmo pessoas que estejam ali presenciando o teste, tais pessoas mesmo que não tenham comprado o produto, pelo disposto nesse artigo serão consideradas consumidoras por equiparação, e terá a mesma proteção que aquela pessoa que comprou de fato o produto. Saliente-se que em virtude das condições espaciais de desenvolvimento do comércio informal, de muitos não terem um ponto fixo, e fluxo de pessoas ser constante e intenso, essa situação pode ser mais corriqueira do que se possa imaginar.

Por fim, a última definição de consumidor por equiparação encontra-se no artigo 29 que estabelece que “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”. Os Capítulos aos quais o texto normativo se refere são os Capítulos V, que trata das práticas comerciais, e o Capítulo VI, que refere-se à prática contratual, logo fazem parte da área de regulamentação deste dispositivo todas as práticas que dizem respeito à oferta, à publicidade, às práticas abusivas, à cobrança de dívidas e as condutas referentes a bancos de dados e cadastro de consumidores.

Destaque-se aqui a exigência precípua deste artigo é que para que as pessoas sejam reputadas como consumidoras por equiparação basta a mera exposição às práticas elencadas no Capítulo V do CDC, isto é, as práticas comerciais. Adite-se que a não identificação de um consumidor *strictu sensu* que não reclame contra uma dessas práticas, não significa que a prática violadora de direitos não exista, ou seja, seu aspecto ofensivo subsistirá podendo inclusive ser tomadas medidas judiciais contra ela⁶⁴.

Em que pese a redação do artigo 29 instituir como equiparados a consumidor todos aqueles sujeitos às práticas previstas nos Capítulos V e VI, a expressão “práticas nele previstas” refere-se a apenas um Capítulo. Quer dizer, as ações que de fato ensejariam de maneira adequada uma relação de consumo por equiparação seriam apenas as previstas no Capítulo V, não acontecendo o mesmo com as práticas contratuais, previstas no Capítulo VI⁶⁵.

ao consumidor, tenha sido atingida em sua esfera jurídica pelos efeitos do acidente de consumo, interessando a perquirição que ora se almeja, o conhecimento de que a pessoa foi atingida em sua incolumidade físico-psíquica ou em sua incolumidade econômica” (TAMG, AL. 0325007-1, Rel. Alvimar de Ávila, j. 13/12/2000, 4ª Câmara. Civ.). Este também é o entendimento de BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões Controvertidas no Código de defesa do consumidor*. 5ª ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009, p.94.

⁶⁴NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 4 ed, 2009, p.85.

⁶⁵ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p. 54.

Contudo esse entendimento não deslegitima a equiparação a consumidor caso houvesse uma exposição às práticas contratuais previstas no Capítulo VI. Ressalte-se que é possível encontrar práticas contratuais que também são práticas abusivas.

É válido acrescentar que a mera exposição à prática já é o bastante para se ter presente a relação de consumo, sendo irrelevante qualquer participação do consumidor⁶⁶. Esse aspecto facilita a prevenção e defesa do consumidor, pois não se precisa esperar que a prática comercial danosa se finalize para que se possa atuar através de ação pertinente. É possível, ao revés, agir antes mesmo de ele se concretizar, visto que o dano já é presumido⁶⁷.

Após a apresentação das quatro definições de consumidor é possível em linhas gerais entender consumidor toda a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza um produto ou serviço, como destinatário final, equiparando-se a tal a coletividade de pessoas, que podem ser determinadas ou não, mas que interfiram de algum modo na relação jurídica de consumo, as vítimas dos acidentes de consumo, isto é aquelas pessoas alheias a relação, mas que são atingidas pelo uso do produto ou serviço por outrem, e por fim todas aquelas pessoas, também, determináveis ou não, que estiverem expostas as práticas comerciais previstas no CDC. Em que pese o entendimento de que nem todos os consumidores por equiparação necessitem da destinação final, a vulnerabilidade é um requisito intrínseco a todos os conceitos.

A partir dos conceitos apresentados anteriormente é possível desde já afirmar que uma pessoa que se dirige a um comércio informal – camelô, e que adquire, utiliza, é vítima ou exposta a um produto ou serviço porventura ali vendido e/ou comercializado, será considerada consumidora, *strictu sensu* ou *lato sensu*, a depender do papel que esteja desempenhando, isto é se comprando, estando exposto etc.

Contudo, isso não é o suficiente para configurar uma relação de consumo nesses ambientes, haja vista que, para essa relação existir, necessário se faz a presença dos demais elementos, isto é, fornecedor e produto e/ou serviço.

Caracterizado o primeiro elemento subjetivo, passa-se agora ao estudo do segundo elemento (fornecedor), buscando de igual modo responder se o camelô é ou não fornecedor, e de que modo essa definição acontece, preenchendo assim mais um espaço na relação de consumo.

⁶⁶DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p.228.

⁶⁷ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p. 55.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DE FORNECEDOR

Assim como o conceito de consumidor, o conceito de fornecedor deve ser analisado com o mesmo tento. O Código, em que pese a amplitude que deu ao conceito deste outro elemento subjetivo, não abordou a conceituação de cada espécie que compõe o gênero fornecedor, cabendo, pois a doutrina a interpretação e aplicação, conforme o caso concreto, de cada figura considerada como tal.

O conceito de fornecedor está encartado no artigo 3º, *caput*⁶⁸ do Código de Proteção e Defesa do Consumidor. Não se trata de um rol taxativo de atividades, mas de um rol exemplificativo⁶⁹, sendo pertinente aqui dizer, como forma de exemplificar a amplitude do conceito, que não pode ser fornecedor a pessoa física incapaz, e todos aqueles que desempenham ou exerçam atividades próprias do Direito Privado sem o requisito de profissão ou atividade, como por exemplo, a compra e venda de imóvel entre pessoas físicas privadas⁷⁰.

Verdade se diga que não obstante sua abrangência, apenas integraria a categoria de fornecedor aqueles que alimentassem de produtos e serviços para o mercado de consumo, dentro de um exercício habitual de suas atividades, de forma a atender a procura dos consumidores⁷¹. Para que de fato se consiga compreender o conceito de fornecedor e quem o legislador quis inserir nessa classe, é preciso analisar um termo constante em seu texto normativo de suma importância, qual seja “desenvolvem atividade”.

Ao utilizar a mencionada expressão o legislador quis esclarecer que fornecedor é todo aquele que desempenha uma atividade com habitualidade⁷², isto é, que desenvolve a atividade com constância e reiterada no tempo. Nesse sentido, a continuidade e duração perfazem a ideia de organização, corroborando com a caracterização de outro requisito, qual seja, a

⁶⁸ 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.

⁶⁹ ALVIM, Arruda *et al.* *Código do consumidor comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2. ed, 1995, p. 35.

⁷⁰ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1993, p. 31.

⁷¹ GARCIA, Leandro de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. 6. ed. Niteroi; Impetus, 2010, p. 25.

⁷² Nesse sentido: *Ibid*, p. 25; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões Controvertidas no Código de defesa do consumidor*. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009, p.98; Gianpaolo Poggio. *Interesses difusos e coletivos*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001, p. 57.

profissionalidade⁷³. Dentro desse requisito está presente o escopo de auferir benesses, ganhos, lucros, mediatos ou imediatos⁷⁴. Acrescente-se como mais um parâmetro para o conceito de fornecedor, além da sua amplitude, e da necessidade de desempenho de atividade profissionalizante, a desnecessidade da caracterização do ônus ou gratuidade para a existência do fornecedor, isto é, uma simples “amostra grátis” dada por um determinado comércio, pode configurá-lo como fornecedor. Percebe-se que o consumidor não teve nenhum custo ao aceitar o produto, mas, mesmo assim, existe uma relação de consumo. Nesse caso o fornecedor assume os custos de “dar” um produto que imediatamente não será pago, porém adota esse método como forma de divulgar suas mercadorias, e assim atrair depois aquele consumidor.

Em verdade pode o consumidor “ganhar” o produto, caracterizando uma relação de consumo gratuita, ou comprar o produto ou serviço, configurando uma relação de consumo onerosa. Na prática, uma relação de consumo ou será onerosa ou gratuita. Nos dois casos a figura do fornecedor se fará presente, tendo pois as mesmas responsabilidades. O Código será aplicado tanto aquelas pessoas que recebem o produto, quanto aquelas que compram. O fornecedor de igual modo será responsabilizado caso o produto traga algum dano para o consumidor⁷⁵.

No contexto dos “camelôs” a prática das “amostras grátis” não é tão comum haja vista a atratividade do baixo preço que os comerciantes trabalham. Porém, havendo casos nesse sentido, e ocorrendo um dano, terá ele que arcar com as responsabilidades.

O CDC trata fornecedor como gênero sendo espécies o produtor, montador, criador, fabricante, construtor, transformador, importador, exportador, distribuidor, comerciante e o prestador de serviços. Dependendo da forma como o fornecedor se relaciona com o consumidor, ele pode ser classificado como *mediato* ou *indireto* e *imediato* ou *direto*. No primeiro grupo estão

⁷³Cláudia Lima Marques trata do tema nos seguintes termos: “Quanto ao fornecimento de produtos o critério caracterizador é desenvolver *atividades* tipicamente *profissionais*, como a comercialização, a produção, a importação, indicando também na necessidade de uma certa habitualidade, como a transformação, a distribuição de produtos. [...] Quanto ao fornecimento de serviços, a definição do art.3º do CDC foi mais concisa e, portanto, de interpretação mais aberta, menciona apenas o critério de desenvolver *atividades de prestação de serviços*. Mesmo o §2º do art. 3º define serviço como ‘qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração [...]’, não especificando se o fornecedor necessita ser um profissional. A *remuneração* do serviço é o único elemento caracterizador, e não a profissionalidade de quem o presta”. MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no dódigo de defesa do Consumidor*. 4. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2002 p.115-116. Corrobora com a necessidade da profissionalidade: FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 18; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no Código de defesa do consumidor*. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009, p. 98;

⁷⁴*Ibid.*, p. 97.

⁷⁵ FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 19.

aqueles fornecedores que desenvolvendo suas atividades, possibilitam a efetivação da relação de consumo, mas não interagem diretamente com o consumidor. Estão aí inclusos todos aqueles que desempenham práticas relacionadas à produção, fabricação, montagem, criação, construção, transformação, manipulação, importação, exportação, distribuição, apresentação, acondicionamento, entre outras. No segundo grupo estão presentes os fornecedores que mantêm uma relação direta com os consumidores, isto é lidam mais especificamente com o consumidor, quando comercializam seus produtos ou prestam seus serviços. São, por exemplo, aqueles que desempenham atividades de oferta, publicidade, vendas, realização de serviço, entre outras⁷⁶. Enquadram-se nesse segundo grupo a figura dos “camelôs”, já que atuam como comerciantes, isto é vendem os produtos e/ou serviços, tendo contato direto com o público-consumidor.

Ressalte-se que, ao contrário do consumidor, que precisa ser o destinatário final, o fornecedor não precisa de tal condição podendo ser ele o “fabricante originário, o intermediário ou o comerciante, bastando que faça disso sua profissão ou atividade principal”⁷⁷.

Podem ser consideradas fornecedoras tanto a pessoa física, enquadrando-se aí o profissional liberal, e aquele que desenvolve uma atividade eventual, habitual ou rotineira de comércio de produtos e aquele que presta serviço, mas não chega a ser um profissional liberal, quanto a pessoa jurídica, que é mais usual. As pessoas jurídicas de Direito Público também podem figurar como fornecedoras desde que haja além do fornecimento do serviço ou produto uma contrapartida direta por parte da população, então consumidora⁷⁸.

A redação do artigo 3º do Código, além de colocar a pessoa física ou jurídica, ainda acrescenta que pode ser pública ou privada, nacional ou estrangeira, e inclui os *entes despersonalizados*. Importa ao trabalho aqui elaborado, uma atenção maior a essa última categoria.

De fato, a expressão “*entes despersonalizados*”⁷⁹ assume um caráter de extrema importância no conceito de fornecedor. O legislador preocupou-se em incluir essa categoria no conceito de fornecedor, visando proteger aqueles consumidores que estão sujeitos àquelas

⁷⁶ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p.60.

⁷⁷ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 2 ed. Saraiva, 2000, p. 41.

⁷⁸ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 27.

⁷⁹ O Código de Processo Civil elenca em seu artigo 12 os entes despersonalizados, sendo eles: a massa falida, o espólio, a herança jacente, a herança vacante, a sociedade irregular e o condomínio edilício. O termo é uma construção doutrinária.

peessoas que desempenham suas atividades, com habitualidade e profissionalismo, auferindo lucro, mas que não tenham personalidade jurídica, e frente a isso, poderia se valer dessa condição para eximir-se de qualquer responsabilidade.

De maneira mais usual insere-se nessa categoria a massa falida, por exemplo, ou a família que, ao praticar atividade de fornecimento ou prestação de serviço, poderá ser considerada fornecedora para os fins legais. Dentro dessa classe, é possível inserir as “pessoas jurídicas de fato”, ou seja, que não são pessoas jurídicas, mas desempenham de fato uma atividade comercial, industrial, ou prestam algum serviço. Estão nessas condições os “camelôs”⁸⁰, alvo de estudo deste trabalho.

Em que pese a falta de personalidade jurídica, e a notória informalidade desses profissionais, tais condições, conforme afirmado anteriormente, não descaracterizam sua condição de fornecedor, sendo, do mesmo modo que as demais figuras dessa categoria, encarado como o outro polo da relação de consumo e passível de toda a responsabilidade quando cabível. É um grupo de fornecedores que suprem significativamente o mercado de consumo e não poderia ser esquecido pelo CDC. A doutrina, nem tampouco a jurisprudência se debruça com afincos acerca dessa espécie de fornecedor sendo bastante ínfimas as considerações trazidas. De toda sorte é possível inferir que aquele “camelô” que comercializa seu produto e/ou presta serviço em sua banca ou espaço de trabalho, é uma espécie de fornecedor, sendo sujeito aos mesmos direitos e deveres que um fornecedor formal, isto é com personalidade jurídica.

É possível assentar até aqui o entendimento de que no caso daquela pessoa que se dirige ao “camelô” para comprar alguma mercadoria ou para obter a prestação de algum serviço, e esse os ofertam como tais, resta presente a relação de consumo. E, a despeito do que se possa pensar, a relação estará sujeita aos ditames do microsistema consumerista em todos os seus aspectos.

Desde já é importante considerar que a inclusão do camelô como fornecedor é uma significativa vitória para os consumidores que muitas vezes tem seus direitos lesados por acharem que por causa da informalidade desses comerciantes possam eximi-los de alguma responsabilidade, mas de fato, não foi isso que o legislador quis positivar, merecendo, portanto, um estudo mais acurado do tema, intento a que se propôs este trabalho.

⁸⁰ Nesse sentido: NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 4 ed, 2009, p.89; GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 27.

Ressalte-se que para que a relação jurídica de consumo subsista é preciso que haja pelo menos um elemento *objetivo*, isto é produto e/ou serviço, que se passa a analisar adiante.

3.3 CONFIGURAÇÃO DE PRODUTO E SERVIÇO

Assim como os conceitos de consumidor e fornecedor, para se configurar a relação jurídica de consumo é necessário debruçar-se sobre os elementos objetivos que devem compor a relação, quais sejam produto e/ou serviço.

O conceito de produto está descrito no §1º do artigo 3º do Código e diz que “Produto é qualquer bem, imóvel ou móvel, material ou imaterial”. Dessa definição é possível outrossim, perceber a abrangência dada pelo legislador ao utilizar a expressão “qualquer bem”. De fato o termo “qualquer”, se refere a qualquer bem existente no mundo jurídico-econômico, mas tão somente aquele se proponha a suprir as necessidades do consumidor e permitir o desenvolvimento da atividade do fornecedor.

Além da classificação trazida no texto normativo, é possível acrescentar outros bens, tais como os semoventes, fungíveis, divisíveis ou indivisíveis, singulares ou coletivos, principais ou acessórios, duráveis ou não duráveis, entre outras classificações⁸¹. O conceito legal de parte desses termos está presente no Código Civil⁸².

Frise-se que o Código do Consumidor não exige contraprestação de caráter remuneratório, direta ou indireta, quando da compra ou utilização do produto para que reste comprovada a relação de consumo. Nesse sentido, um produto que for distribuído gratuitamente poderá vir a configurar um elemento objetivo da relação de consumo, aplicando-se as normas de proteção de defesa do consumidor⁸³.

⁸¹ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p.61.

⁸² Art. 79. São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente. [...] Art. 85. São fungíveis os móveis que podem substituir-se por outros da mesma espécie, qualidade e quantidade. Art. 86. São consumíveis os bens móveis cujo uso importa destruição imediata da própria substância, sendo também considerados tais os destinados à alienação. Art. 87. Bens divisíveis são os que se podem fracionar sem alteração na sua substância, diminuição considerável de valor, ou prejuízo do uso a que se destinam.

⁸³ Nesse sentido: AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.1116-1117; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no código de defesa do consumidor: principiologia, conceitos, contratos atuais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, 5. ed, p. 106; NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 4. ed, 2009, p.95;

Já o conceito de serviço está inserido no §2º do artigo 3º do Código, o qual determina e diz que: “Serviço é qualquer atividade econômica 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”. Aqui o legislador também utilizou a expressão “qualquer”, querendo de igual modo enfatizar a abrangência do termo e ressaltar o caráter exemplificativo que a norma expressa traz.

Embora o Código do Consumidor não diga nada à respeito na definição de serviço, esse mesmo diploma legal traz uma classificação para tal, classificando-o como durável e não-durável. A subdivisão está prevista no artigo 26, incisos I e II⁸⁴.

Importante destacar que, exceto as relações trabalhistas que não fazem parte do âmbito de proteção do microssistema consumerista, com relação as demais, expressas no próprio Código, não há distinção acerca da atividade desempenhada no mercado de consumo, exigindo apenas que ela seja prestada mediante uma contraprestação de caráter remuneratório. A remuneração necessária para a prestação do serviço pode ser direta, feita logo após a prestação do serviço, ou indireta, quando há uma compensação posterior pelo fato de ter havido uma prestação de serviço anterior⁸⁵.

É de bom alvitre ressaltar que aquelas atividades, seja comercializando produtos ou prestando serviços, que configurem crime ou contravenção penal, ainda que presentes os requisitos acima expostos, não estariam asseguradas pelas normas do microssistema consumerista, haja vista o respeito que se deve ter as esferas da legalidade, parâmetro que permeia todo o ordenamento jurídico pátrio.

Importante ressaltar, dentro do conceito de serviço, a questão da incidência do microssistema consumerista aos serviços públicos. Em que pese entendimento contrário⁸⁶, não há dúvidas de que o serviço público, seja ele prestado diretamente ou indiretamente, deve receber a tutela do CDC. Ao longo do Código é possível identificar expressamente dispositivos que falam sobre serviços públicos, tais como o artigo 6º, inciso X, que assegura ao consumidor como um

⁸⁴ 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.

⁸⁵ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p.64.

⁸⁶ AMARAL, Antônio Carlos Cintra do. Distinção entre usuário de serviço público e consumidor, In: *Revista eletrônica de direito administrativo econômico*. Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, n. 6, mai/jun/jul de 2006. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br>> Acesso em: 15 set. 2014.

direito seu “a adequada e eficaz prestação dos serviços em geral”; o artigo 4º, inciso VII, que institui a “racionalização e melhoria dos serviços públicos, como um dos princípios da Política Nacional das relações de Consumo; e o artigo 22, *caput* que diz, “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”. Não há que se questionar sobre a incidência ou não do CDC ao serviço público.

Insta ressaltar que para a configuração de um serviço é necessário que haja uma remuneração que pode ser direta ou indireta, e que a atividade não provenha de relação do âmbito trabalhista. A necessidade da remuneração fez surgir uma corrente doutrinária⁸⁷ e jurisprudencial⁸⁸ buscando excluir uma parcela dos serviços públicos do âmbito de proteção consumerista. Tal tendência defende a exclusão dos serviços públicos denominados próprios, isto é, coletivos, ou também intitulados *uti universi*, nos quais não há a individualização dos destinatários, é o caso por exemplo da segurança pública. De fato, esse tipo de serviço público é remunerado de maneira indireta, através do pagamento de tributos e taxas, constituindo assim, uma relação tributária. Para essa corrente o CDC se aplicaria, apenas aos serviços públicos impróprios, ou individuais, ou os denominados *uti singuli*, nos quais ou o indivíduo já é determinado ou é passível de determinação, como por exemplo o serviço de prestação de energia elétrica. É possível identificar a quem se está prestando o serviço. Essa espécie de serviço público é remunerada de maneira direta através do pagamento de tarifa⁸⁹ ou preço público, dando ensejo à aplicação do CDC⁹⁰.

⁸⁷MARQUES, Cláudia Lima. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p.390-391; NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. *Serviços públicos e relação de consumo: aplicabilidade do código de defesa do consumidor*. Curitiba: Juruá, 2006, p.156; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no código de defesa do consumidor: principiologia, conceitos, contratos atuais*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, 5 ed, p. 113.

⁸⁸Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 840.864/SP. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 17/04/2007. DJ. 30/04/2007; Superior Tribunal de Justiça. Resp. n ° 493.181/SP. Rel. Min. Denise Arruda. Julgamento em: 15/12/2005. DJ. 01/02/2006.

⁸⁹“A prestação de serviço público não-obrigatório por empresa concessionária é remunerada por tarifa”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 926.159/RS. Rel. Min. José Delgado. Julgamento em 13/11/2007. Dj. 29/11/2007.

⁹⁰“A tarifa, como instrumento de remuneração do concessionário de serviço público, é exigida diretamente dos usuários e, consoante cediço, não ostenta natureza tributária”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 976.836/RS. Rel. Min. Luiz Fux. Julgamento em 25/08/2010. DJe. 05/10/2010., 1992, p. 145.

Porém, há quem defenda⁹¹ (e aqui, esse parece ser o entendimento que melhor se coaduna com o CDC,) que a legislação consumerista não faz menção expressa acerca da sua incidência apenas aqueles serviços públicos que possuam remuneração direta. Saliente-se que a Lei se limitou apenas a excluir as atividades de ordem trabalhista. Nesse sentido, é merecido que os serviços públicos próprios, isto é aqueles que são remunerados de maneira indireta a proteção do microsistema consumerista, assim como os serviços públicos impróprios.

O Superior Tribunal de Justiça já firmou posicionamento no sentido de não haver incompatibilidade entre o microsistema de proteção e defesa do consumidor e a regulação dos serviços públicos prestados de maneira indireta⁹².

Não resta dúvida, pois, sobre a configuração de uma relação jurídica de consumo na prestação de serviços públicos, seja ele *uti singuli* ou *uti universi*, haja vista a existência de todos os elementos de uma relação de consumo caracterizados alhures, isto é, consumidor, aqui, o usuário do serviço público; o fornecedor, sendo nesse caso o Poder Público, através da administração direta ou indireta, ou por meio de um particular concessionário ou permissionário; e como destinatário final tem-se o usuário do próprio serviço público. Desse modo estão presentes todos os elementos da relação de consumo.

Em que pese todo esse encaixe, ainda há muito o que se fazer para consolidar essa incidência e aplicação, sendo extremamente necessária a defesa do usuário do serviço público como um direito fundamental, que interessa a toda a coletividade, e indisponível⁹³.

De toda sorte, frente ao exposto é possível inferir que os elementos objetivos também foram inseridos de maneira a abarcar o maior número de produtos e serviços, pondo em destaque a preocupação máxima de tutelar o consumidor nas mais diversas situações, e pelos mais diversos

⁹¹ ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2009, p.68-69; NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 4 ed, 2009, p. 119.

⁹² “Não existe incompatibilidade entre o sistema de regulação dos serviços públicos de titularidade do estado prestado de forma indireta e o de proteção e defesa do consumidor, havendo, ao contrário, perfeita harmonia entre ambos, sendo exemplo disso as disposições constantes dos arts. 6º, inc. X, do CDC, 7º da Lei 8.987/95 e 3º, XI, 5º e 19, XVIII, da Lei 9.472/97”. Resp. nº1.007.703/RS. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 18/03/2008. Dje. 18/11/2008; Resp. nº983.329/PB. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 18/12/2007. DJe. 06/02/2009; Resp. nº 993.511/MG. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 11/12/2007. DJe. 01/12/2008; Resp. nº988.749/RJ. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 11/12/2007. DJe 27/11/2008; Resp. nº 978.629/MG. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 06/12/2008. DJ. 18/12/200; Resp. nº 947.731/RS. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 06/12/2007. DJ. 18/12/2007; dentre outras.

⁹³ FARENA, Duciran Van Marsen. A indisponibilidade do interesse do consumidor e o discurso regulatório. In: ROCHA, João Carlos de Carvalho. HENRIQUES FILHO, Tarcísio Humberto Parreiras, CAZETTA Ubiratan (Org.). *Ação civil pública: 20 anos da Lei n. 7.347/85*. Belo Horizonte: Del Rey, 2006, p. 402.

motivos de aquisição desses, haja vista, principalmente a mutabilidade das relações sociais as quais estão inseridos os consumidores.

Feita as análises anteriores, restou caracterizada a relação de consumo e a indagação feita no início deste Capítulo acerca da aplicabilidade ou não do CDC no ambiente do comércio informal desenvolvidos pelos “camelôs” e as pessoas que ali frequentam em busca de produtos e serviços, é possível assentar que o microsistema consumerista se aplica a esse público desde que as pessoas envolvidas nas relações ali travadas se enquadrem nos conceitos aqui apresentados.

Antes de responder com mais precisão o questionamento feito, é preciso considerar um aspecto peculiar desse tipo de fornecedor, que faz toda a diferença na incidência ou não do CDC. Diz respeito à procedência legal das mercadorias, principalmente, comercializadas pelos “camelôs”. O tópico seguinte busca esclarecer eventuais questionamentos acerca dessa situação, trazendo uma nova forma de entender o fenômeno, principalmente quando se busca a proteção do consumidor, aonde quer que se encontre, seja qual for o ambiente de consumo que frequente.

3.4 QUESTÃO DA LEGALIDADE DO OBJETO DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Conforme dito linhas atrás, a relação de consumo apenas fica configurada quando presente todos os seus elementos. Porém, ainda que existentes todos os requisitos necessários, não pode o Direito tutelar uma relação que vá de encontro aos ditames legais, isto é que esteja permeada de ilegalidade. Não é admissível que o Direito proteja, por exemplo, uma relação consumerista que possua um produto ou serviço que seja proveniente de crime ou contravenção penal.

Nesse sentido é importante esclarecer que os muitos camelôs, não todos, fornecedores, entendidos como entes despersonalizados, figuras ativas do comércio informal, são popularmente conhecidos por comercializar produtos com preço abaixo de mercado haja vista a procedência de suas mercadorias, isto é, os bens que ali são ofertados possuem procedência de um viés ilegal, condutas tipificadas como crime pelo Decreto-Lei n° 2.848/40, o Código Penal Brasileiro.

No cenário que aqui se busca estudar é possível identificar como prática ilícita cometidas por tais comerciantes o crime de *violação do direito autoral*, previsto no artigo 184, *caput*, §§1° e 2° e o crime de *descaminho*, previsto no artigo 334 do Código Penal, em seu §1°, incisos III e IV e §2°.

O crime de *descaminho* por vezes é confundido com o de *contrabando*, porém essa confusão foi de vez pacificada com a promulgação da Lei Federal nº 13.008/2014 que deu nova redação ao artigo 334 do Código Penal, acrescentando-lhe o artigo 334-A, caracterizando o crime de *contrabando*. Houve quem entendesse que a primeira parte do *caput* do artigo 334 configuraria o crime de *contrabando* próprio, e na segunda, o de *descaminho* ou *contrabando impróprio*⁹⁴. Antes mesmo da edição dessa Lei, muitos já reconheciam que os dois crimes não se igualam⁹⁵. O crime de *contrabando* acontece no momento em que o sujeito transporta e comercializa de forma ilegal produtos proibidos por Lei dentro do território estatal. Pode-se citar como exemplo cigarros, armas, drogas, animais silvestres, entre outros. Já o crime de *descaminho* se traduz no transporte de produtos permitidos por Lei, mas o sujeito não recolhe os impostos devidos, nem os produtos passam pela via burocrática nas fronteiras ou aeroportos. É um crime que tem requisitos de ordem tributária e pode ser suprimido com o pagamento ou recolhimento do tributo devido. Como exemplo, pode-se citar alguém que compra uma certa quantidade de aparelhos eletrônicos do Paraguai para o Brasil, acima do limite permitido e não recolhe os impostos aqui devidos.

O exemplo descrito retrata bem a realidade encontrada no comércio informal: muitas mercadorias comercializadas pelos “camelôs” entram no território sem o devido pagamento de impostos, trazendo com isso implicações negativas para a economia do País⁹⁶.

Analisa-se a seguinte situação: uma bolsa de renomada marca mundial é vendida no mercado formal por um valor de R\$ 4.000,00 (quatro mil reais). No comércio informal, a “mesma” bolsa, proveniente, porém, de *descaminho*, é vendida por um “camelô” por um preço bem abaixo do cobrado pelos grandes magazines. Pergunta-se: o CDC será aplicado nas duas situações? A resposta é negativa. Na primeira há de fato uma relação de consumo clara: consumidor, fornecedor/comerciante e produto. Na segunda, em que pese a existência do consumidor, do fornecedor/ente despersonalizado, e do produto, esse é fruto de *descaminho*,

⁹⁴ GRECO, Rogério. *Curso de direito penal: parte especial*. Niterói: Impetus, vol IV, 8 ed., 2012, p. 532.

⁹⁵ Nesse sentido: MIRABETE, Júlio Fabbrini. *Manual de direito penal*. São Paulo, atlas, 2006, p. 370; COSTA JÚNIOR, Paulo José da. *Comentários ao código penal*. São Paulo: Saraiva, vol. III, 1989, p. 521-522. CARVALHO, Marcia Dometila Lima de. *Crimes de contrabando e descaminho*. São Paulo, Saraiva, 1988, p.4.

⁹⁶ Não é o objetivo primeiro deste trabalho a análise dos impactos causado pelo crime de *descaminho*, contudo coadunam com o entendimento de que o principal prejudicado com o cometimento do crime é o Estado: NUCCI, Guilherme de Souza. *Código penal comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.1151; CAPEZ, Fernando. *Curso de direito penal: parte especial*. São Paulo: Saraiva, vol. III, 2. ed. 2005, p.517; 520; GRECO, Rogério. *Curso de direito penal: parte especial*. Niterói: Impetus, vol. IV, 8 ed. 2012, p. 533. PRADO, Luiz Regis. *Curso de direito penal brasileiro: parte especial*. São Paulo: Revista dos Tribunais, vol. 3, 2010, p.583.

crime tipificado pelo Código Penal Brasileiro, artigo 334 não havendo portanto a incidência do microsistema consumerista, haja vista a impossibilidade de tutelar uma relação eivada de ilegalidade. Não haveria sequer a formação de uma relação jurídica de consumo.

A conduta prevista no artigo 184 do Código penal também é bastante recorrente: Tem-se como exemplos a cópia ilegal de CD's e DVD's de vários segmentos: música, filmes, material de estudo, softwares, entre outros. É uma prática bastante comum e de fácil acesso. Ressalte-se que comete o ilícito não apenas quem reproduz, mas também quem adquire a mercadoria, haja vista a ciência de que o produto é falsificado. Incorre no crime previsto no artigo 180⁹⁷, *caput*, do Código Penal, qual seja, o de *receptação*. O principal prejudicado aqui são os autores das obras copiadas, estendendo-se conforme previsão constitucional aos herdeiros. Havendo o cometimento das condutas, o Código de Defesa do Consumidor também não será aplicado haja vista a ilegalidade da relação.

Quem procura o comércio informal já previamente concebe a ideia de que o produto que se vai adquirir não é de procedência legal e/ou legítima e por isso assumem o risco da compra, quer dizer, aceitam o fato, por exemplo, de ao comprarem uma bolsa “parecida” com uma de marca conhecida mundialmente não ter a mesma tonalidade, mesmo material, possuir falhas na costura, acessórios, entre outros, mas por pagarem um preço bem abaixo de mercado, assim consentem. No caso de CD's ou DVD's, produtos falsificados mais comuns, assumem o risco de vir com falhas, baixa claridade, sonoridade, entre outras configurações, e não trocar, porque pagam bem mais barato que o do comércio formal. É como se tais defeitos justificassem um preço de aquisição mais baixo e por isso a exclusão de uma responsabilidade. Contudo, ressalte-se que muitos “camelôs” acabam por criar suas próprias regras sobre troca, defeitos na imagem, sons, entre outras eventualidades presentes na mercadoria vendida e demais situações não previstas. Apesar da informalidade e ilegalidade, que muitos consumidores desconhecem, os acordos feitos entre eles, costumam satisfazer ambas as partes, perpetuando assim a atividade. Enquanto, por exemplo, uma loja exige a nota fiscal para efetuar a troca da mercadora, um camelô posta sua assinatura na capa do CD vendido, e na presença de algum defeito, a troca poderá ser efetuada. No caso, a marca no CD é a prova de que o produto foi comprado a ele e assim o consumidor obterá outro equivalente.

⁹⁷Art. 180 - Adquirir, receber, transportar, conduzir ou ocultar, em proveito próprio ou alheio, coisa que sabe ser produto de crime, ou influir para que terceiro, de boa-fé, a adquira, receba ou oculte: Pena - reclusão, de um a quatro anos, e multa.

O liame que diferencia o que é produto ilegal do que não é, aos olhos do consumidor é muito tênue, haja vista a vulnerabilidade técnica/informacional do produto que vai adquirir. Essa vulnerabilidade não é exclusiva do consumidor, se estendendo também ao próprio fornecedor que desconhece muitas vezes as condições da mercadoria que comercializa, gerando riscos com proporções ainda maiores. É pois, da análise do caso concreto que se verificará a incidência ou não do CDC.

Nem todos os produtos comercializados por “camelôs” provém de descaminho ou são “pirateados”, como popularmente se costuma chamar. Podem-se citar aqui roupas confeccionadas pelo próprio “camelô”, ou produtos artesanais, entre outros. No caso dos serviços prestados a aplicação do CDC se torna mais visível sob uma ótica mais objetiva. Podemos citar, por exemplo, o conserto de relógios, eletrodomésticos, eletrônicos, bolsas, recauchutagem de cartuchos, troca de pilhas, entre outros serviços necessários que aparecem no dia-a-dia do consumidor.

Verdade se diga que muitas pessoas procuram o comércio informal por causa do preço mais acessível que ele oferece. Isso não significa que estão, desde que dentro da legalidade, isentos de qualquer responsabilidade pela comercialização dos produtos e prestação de serviços. Havendo a configuração de todos os elementos da relação de consumo, e até aqui foi possível concluir que eles se enquadram nesse cenário, haverá a incidência do CDC com todos todas as implicações legais aí expressas.

O objetivo primordial deste trabalho não é adentrar nos aspectos sócios legais das tipificações abordadas, nem tampouco apontar nenhum comércio específico que pratique os crimes elencados anteriormente, mas tão somente elucidar possíveis indagações acerca da aplicabilidade do microssistema consumerista ao comércio realizado por “camelôs”.

Não se pode olvidar é claro que de fato este é um tema de cunho não apenas jurídico, mas econômico e social, que merece uma devida atenção por parte das autoridades competentes, haja vista as implicações que o esse comércio tem tomado no País. É necessário que haja não apenas o combate aos crimes descritos anteriormente, mas uma política de reinserção desses comerciantes que se utilizam desse meio para sustento próprio e de sua família, e que por incrível que pareça atendem significativamente a população de todas as camadas sociais, principalmente a classe baixa e média baixa.

A seguir passa-se a análise das formas de responsabilidade trazida pelo Código do Consumidor diante de uma violação aos direitos do consumidor e como essa responsabilização é aplicada ao “camelô”. Ela incide com alguma ressalva? Ou o Código não faz essa distinção?

4 AS ESPÉCIES DE TUTELA. RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO APLICÁVEIS AOS CAMELÔS

Após o estudo dos elementos que compõem a relação jurídica de consumo e a assertiva de que o microssistema consumerista, nos termos anteriormente descritos, se aplica aos “camelôs”, parte-se agora à análise de algumas espécies de responsabilidade que o Código de Defesa do Consumidor traz, isto é, tutelas de âmbito civil, administrativo e penal, que buscam assegurar ao consumidor, seja ele direto ou equiparado, o ressarcimento de danos decorrentes da utilização do serviço ou produto, bem como a punição do fornecedor que venha a desrespeitar o que prevê o microssistema.

Com a análise das referidas tutelas dentro do CDC, buscar-se-á saber como elas se aplicam aos “camelôs”. Terão elas a mesma aplicabilidade que a um fornecedor constituído juridicamente? No âmbito legal, pelas considerações trazidas supra, é possível desde já responder sim, contudo não se pode olvidar que os “camelôs” constituem um grupo peculiar de fornecedores e, ainda que sejam tratados como tais pela lei, passíveis de todos os direitos e deveres que qualquer outro, seu destacado predicado da informalidade se confunde muitas vezes com a ilegalidade, e desse modo possíveis responsabilidades são deixadas de lado haja a vista esse binômio. Não necessariamente eles devem estar juntos, mas tais condições estão de maneira tal tão arraigado na mente das pessoas que é difícil responsabilizar tais comerciantes. Os consumidores muitas vezes por falta de informação encontram dificuldades para denunciar fatos e vícios decorrentes do produto e/ou serviço, e acabam tendo dificuldades para serem ressarcidos no caso de algum dano.

A análise começará pela responsabilidade mais difundida, que é a civil, posteriormente a administrativa e por fim a penal. Ressalte-se desde já que o intuito desta abordagem é perquirir tão somente de que maneira o CDC trata da responsabilidade nessas três esferas e como ela incide no ambiente de informalidade. Não se busca aqui apontar responsáveis por determinada prática que enseja a responsabilidade, mas fazer conhecer que para direitos que são violados a todo momento, pelos comerciantes informais há tutelas preventiva ou ressarcitórias e estão elas a disposição do consumidor.

4.1 RESPONSABILIDADE CIVIL

O Código de Defesa do Consumidor foi promulgado em 11 de setembro de 1990, tendo entrado em vigor apenas cento e oitenta dias após sua publicação, em meados de março de 1991. Até a edição do Código as relações contratuais e extracontratuais eram regidas pela legislação civil da época, tendo como Lei de referência o Código Civil de 1916.

O *Codex* vigente até a edição do CDC espelhava um demasiado individualismo, fincando suas bases na igualdade apenas formal, não levando em consideração a desigualdade de armas na relação de contrato. Vigia à época o princípio da liberdade de contratar proveniente da vontade humana⁹⁸.

O modelo até então concebido não conseguiu dar conta dos anseios sociais econômicos que vinham surgindo, necessitando-se de um novo paradigma que conseguisse tutelar a nova forma dos homens se relacionarem. Fazia-se necessário um diploma que versasse sobre o novo viés sociológico que surgia, deixando de lado a concepção da igualdade de todos os homens, para considerá-los vulneráveis e/ou hipossuficientes frente as novas relações travadas⁹⁹. Teve grande importância nessa transição a Constituição Federal de 1988 que influenciou diretamente da regulação das relações privadas¹⁰⁰, principalmente por ter erigido como princípio maior de todo o ordenamento jurídico brasileiro a dignidade da pessoa humana, entendido em todos os seus sentidos, físico, psíquico e patrimonial.

É imperioso esclarecer desde já que, em vista de seu caráter protetivo, o CDC adotou no âmbito da responsabilidade civil a noção de que o fornecedor responde independentemente de culpa pelos danos que decorrerem do produto ou serviço, conforme delineado no artigo 12 do Código. Superou portanto a ideia de culpa como alicerce para a reparação de danos causados ao consumidor. Até o Código Civil de 1916, a responsabilidade objetiva era a exceção, e com o CDC passou a ser a regra geral¹⁰¹. Quando o código civil passou a adotar a responsabilidade objetiva,

⁹⁸SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 82.

⁹⁹*Ibid*, p. 89-90.

¹⁰⁰MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: *Direito, estado e Sociedade*. v. 9. n. 29 p. 233 a 258 – jul/dez 2006, p. 233.

¹⁰¹FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.49.

passou a se vincular aos princípios constitucionais da dignidade, da igualdade e da solidariedade¹⁰².

Antes da abordagem das duas vertentes dessa espécie de responsabilidade trazidas pelo CDC, quais sejam responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, e a responsabilidade pelo vício do produto e do serviço, necessário se faz uma breve retrospectiva de como o ordenamento jurídico brasileiro, e seguindo a mesma linha, o CDC, adotou, com predominância, a responsabilidade objetiva.

A noção de culpa sempre foi aceita como regra pelo direito moderno no tocante a responsabilidade civil. Para que surgisse o dever de indenizar a culpa seria o elemento primordial. A esse tipo de responsabilidade chamou-se de subjetiva pois a constatação da presença ou não da culpa se dá com o estudo da ação de quem causou o dano. A ideia de culpa está atrelada a falta de prudência, de cuidado, de cautela e sua definição é um campo complexo dentro do Direito¹⁰³.

A responsabilidade fundamentada na culpa tinha/tem algumas regras basilares, tais como: i) não existe responsabilidade se a culpa não for devidamente provada ou presumida do agente; ii) o conceito de culpa está ligada a um comportamento subjetivo configurado pela negligência, imprudência, imperícia ou mesmo o dolo; iii) apenas o ato ilícito culposos ensejaria a responsabilidade; iv) a sanção apenas recairia sobre o sujeito¹⁰⁴.

Ao longo dos anos, a culpa como razão maior para a obrigação de indenizar, seja por ato particular ou de terceiro, foi perdendo força, sendo paulatinamente deixada de lado. No âmbito consumerista a culpa acaba sendo um critério parco como formadora da responsabilidade civil¹⁰⁵. Com essa teoria o consumidor dificilmente conseguiria obter uma reparação pelos danos sofridos, haja vista sua condição de vulnerável e/ou hipossuficiente perante o fornecedor, sempre o polo mais forte da relação jurídica de consumo. Basear a responsabilidade civil na culpa não conseguiria efetivar a reparação de um dano proveniente de um acidente de consumo¹⁰⁶.

¹⁰²MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: *Direito, estado e Sociedade*. v. 9. p. 233 a 258 – jul/dez 2006, p. 250.

¹⁰³SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 94.

¹⁰⁴ALVIM, Arruda. et al. *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1995, p. 88.

¹⁰⁵MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1147.

¹⁰⁶ALVIM, Arruda. et al. *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1995, p. 88.

Por um longo período, a base da responsabilidade civil como dever de indenizar foi a culpa. Esse entendimento foi lentamente sendo mudado em razão de um ponto crucial, qual seja a dificuldade que a vítima tinha em provar a culpa. Para a responsabilidade subjetiva, era incumbência da vítima provar o ônus, isto é, a culpa do agente que causou o dano. Não agindo desse modo suportaria todo o dano e não receberia nenhuma reparação. Ora, frente a deficiência do consumidor em vários aspectos, tais como técnico, econômico, jurídico, informacional, diante do fornecedor, polo que detém superioridade em relação aquele, provar que esse causou o dano, podia consistir muitas vezes missão impossível. A responsabilidade civil tradicional, também conhecida como aquiliana, baseada na culpa não seria suficiente para cessar os agravos engendrados pelo fornecedor¹⁰⁷.

Outro fundamento que corroborou com a incidência da responsabilidade objetiva nas relações de consumo, isto é que impôs e impõe o dever de indenizar sem basear-se na culpa, é o princípio da *proteção da confiança* ou proteção das reais expectativas, seja contratuais ou extracontratuais, surgidas no mercado de consumo pela atividade dos fornecedores¹⁰⁸. Este princípio nada mais é do que o princípio da boa-fé objetiva. De fato deve ele fazer parte de todo o contrato, seja de consumo ou não. A presença da boa-fé objetiva nos contratos traduz o entendimento de que a boa-fé objetiva deve permear toda a relação contratual, e no caso das relações de consumo, deve o fornecedor, aquele que oferta o produto e/ou serviço, que detém a escolha de o que colocar no mercado de consumo, o dever de fazê-lo com segurança, lealdade, informação, cooperação, entre outros requisitos¹⁰⁹. O fornecedor tem o dever de qualidade. Não agindo desse modo, resta a ele o dever de indenizar o consumidor pelos prejuízos que lhe causar¹¹⁰.

A Lei n° 10.406, de 10 de janeiro de 2002, o Código Civil Brasileiro adotou em suas bases o sistema dual, isto é, considera ainda a responsabilidade subjetiva baseada na culpa, presente pois nos artigos 186 e 927, mas também considera a responsabilidade objetiva, baseada

¹⁰⁷ FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.50.

¹⁰⁸ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1149-1150.

¹⁰⁹ SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da.(Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 120.

¹¹⁰ Cláudia Marques entende que esse dever de qualidade seria mais uma das atividades que o fornecedor deve possuir ao exercer seu trabalho no mercado de consumo. MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1149.

no risco da atividade, presente no artigo 927, parágrafo único. Esse pareceu ser o melhor entendimento, principalmente quando facilita a indenização à vítima, quando a desonera de arcar com ônus de provar a culpa do agente causador do dano¹¹¹.

A responsabilidade civil objetiva fundamenta-se na teoria do risco,¹¹² isto é todo dano deve ser imputado a seu autor e restaurado por quem deu causa ao risco, tendo agido ou não com culpa¹¹³.

A tendência do legislador foi a de criar um sistema pautado na prevenção e reparação integral do consumidor, assegurando assim a ordem de uma relação distorcida. No artigo 6º, inciso VI do CDC é previsto o direito a uma efetiva prevenção e reparação dos danos decorrentes de oferta e fornecimento de produtos ou serviço, podendo ser esses danos materiais, morais, individuais, coletivos ou difusos¹¹⁴.

O CDC procura garantir aos consumidores que os produtos e os serviços ofertados sejam revestidos de qualidade devida, isto é, aquela que legitimamente se espera que contenham¹¹⁵.

Há quem defenda que o CDC adota a teoria da qualidade, isto é o dever de qualidade, e em caso de desobediência dos padrões surgirá efeitos contratuais e extracontratuais, isto é ônus que visem a reparação do dano sofrido pelo consumidor¹¹⁶. Outros defendem que a responsabilidade trazida pelo CDC se baseia na teoria do risco da atividade ou do risco criado¹¹⁷. O risco deve ser suportado pelo produtor, e o ordenamento deve garantir o máximo de proteção para o consumidor¹¹⁸.

¹¹¹ SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 102.

¹¹² Para justificar que a responsabilidade objetiva não depende da culpa, algumas teorias do risco surgiram nesse sentido, tais como a teoria do risco-proveito, do risco-criado, do risco-administrativo, do risco profissional, do risco excepcional e do risco integral.

¹¹³ CAVALIERI FILHO, Sérgio; MENEZES DIREITO, Carlos Alberto. *Comentários ao novo código civil*. Rio de Janeiro: Forense, 2007, vol. 13, p.12

¹¹⁴ GODOY, Cláudio Luiz Bueno de. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 135.

¹¹⁵ *Ibid*, p. 136.

¹¹⁶ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1216.

¹¹⁷ NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria Andrade. *Código civil anotado e legislação extravagante*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 920; FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.45.

¹¹⁸ ALVIM, Arruda. et al. *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1995, p. 88.

O microsistema consumerista não adota a teoria do risco integral, isto é, aquela em que defende a existência da responsabilidade civil em todas as situações. Segundo essa teoria, a indenização seria cabível mesmo não existindo o nexo causal. Desconsidera, pois a culpa exclusiva da vítima, fato de terceiro, caso fortuito ou força maior¹¹⁹.

A teoria defendida pelo legislador como maneira de assegurar o direito ao ressarcimento do consumidor pelos danos sofridos foi a do *risco criado* que confere ao fornecedor o dever de restaurar danos causados aos consumidores haja vista o fato dele desempenhar uma atividade que pode ser danosa. Por meio dessa teoria o fornecedor contrai todos os riscos da atividade¹²⁰. Ademais o legislador prever situações que podem atenuar a responsabilidade do fornecedor, afastando de vez a teoria do risco integral¹²¹. O CDC aponta expressamente as excludentes de responsabilidade civil, isto é as hipóteses que quebram o elo do nexo de causalidade e o dano, não havendo assim o dever de indenizar. Elas estão presentes nos artigos 12, §3º e 14, §3º do CDC¹²².

O fato de que o CDC tenha optado pela objetivação da responsabilidade, em outras palavras, renúncia do elemento subjetivo da culpa, não quer dizer com isso que os outros pressupostos também o foram, quais sejam, *eventus damni*, defeito do produto, e o nexo de causalidade, isto é o liame que liga o dano e o produto e/ou serviço¹²³.

Nesse sentido não resta dúvida de que constatado o dano e o nexo causal que liga o dano ao produto ou serviço com defeito, restará configurado o dever do fornecedor de indenizar o consumidor, seja ele destinatário final, nos termos do artigo 2º e seu parágrafo único, ou a vítima do acidente de consumo, *bystander*, conforme doutrina americana, podendo ser assim pessoa física ou jurídica, nos termos do artigo 17, ou pessoa exposta a uma prática comercial, conforme o artigo 29, todos do CDC.

¹¹⁹VENOSA, Silvio de Salvo. *Direito civil*. 3. ed. São Paulo: 2003. v.4, p. 17.

¹²⁰FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.51.

¹²¹GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 119.

¹²²Art. 12, §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. 14, §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.

¹²³DENARI, Zelmo. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 145-147.

O CDC traz duas espécies de responsabilidade que embasam a responsabilização civil, são elas: a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço, constante nos artigos 12 a 17 que tem uma conotação mais grave, gerando dano à saúde ou segurança do consumidor, e a responsabilidade pelo vício do produto ou serviço, presente nos artigos, 18 a 25, que tem gradação menos grave, sendo o vício relacionado à falta de qualidade ou quantidade do produto ou serviço, atingindo o patrimônio do consumidor¹²⁴.

O Código expressamente fala em responsabilidade objetiva quando se refere a “responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço”¹²⁵, contudo, com relação a “responsabilidade pelo vício do produto ou do serviço”, isto é o vício por inadequação, o CDC não menciona expressões do tipo “independentemente de culpa” ou algo parecido. Quando se fala em fato do produto e do serviço é clarividente a escolha do legislador pela responsabilidade objetiva. Quanto a responsabilidade pelo vício, será que se trata de responsabilidade subjetiva? A resposta é não. Partilha-se aqui do entendimento de que o vício por inadequação é caso de responsabilidade contratual tendo o fornecedor a obrigação de ofertar produto e ou serviços de boa qualidade, adequado e em bom estado de uso. A responsabilidade por vício não trata da responsabilidade civil propriamente dita. Caso o vício provoque danos materiais, morais ou estéticos ao consumidor, o conflito será resolvido com base nas regras pertinentes ao fato, isto é presente nos artigos 12 ao 17, sob a luz da responsabilidade objetiva.¹²⁶, haja vista a presença de um dano.

Mesmo que não esteja expresso, é cediço inferir que, diante da máxima proteção dada ao consumidor, o microsistema consumerista adota como premissa para a indenização advinda da relação de consumo, a responsabilidade objetiva¹²⁷, seja ela qual for a origem, se pelo fato ou vício, exceto quando o próprio código disponha ao revés, como no caso do artigo 14, §4º¹²⁸.

¹²⁴FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.47.

¹²⁵“Fato do produto ou do serviço trata da hipótese em que o defeito extrapola o próprio produto ou serviço atingindo o consumidor e lhe causando danos. Trata-se de defeito ou vício por insegurança. Exemplo típico é o do carro que por defeito no freio machuca o consumidor”. SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 111.

¹²⁶ *Ibid*, p. 115-116.

¹²⁷ Nesse sentido: NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria Andrade. Código Civil anotado e legislação extravagante. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 913.

¹²⁸ § 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Desde já, é mister destacar algumas diferenças entre a responsabilidade pelo fato do produto e pelo fato do serviço. Na primeira há distinção entre a responsabilidade do comerciante, prevista no artigo 13 e a dos demais agentes, contida no artigo 12. Na responsabilidade pelo vício não há essa diferenciação. O artigo 14 menciona “fornecedor”, incluindo assim todos os que assim forem considerados. Responderão de maneira direta. Ademais, enquanto o fato do produto não difere acerca da responsabilidade dos profissionais liberais, no fato do serviço há essa previsão sendo então responsabilizados subjetivamente.

Diga-se que, a equiparação contida no artigo 17 do CDC refere-se apenas à responsabilidade pelo fato do produto e serviço¹²⁹, haja vista que o vício se refere a acidente de consumo, e tal acidente pode atingir terceiros, ao contrário do vício do produto ou serviço, que se reporta a falhas de inadequação no produto e/ou serviço, e não necessariamente atingem terceiros, mas fere tão somente a esfera individual do consumidor, já que a falha, seja na quantidade ou qualidade será sentida individualmente, não atingindo outrem.

À guisa de conclusão pode-se afirmar que, qualquer que seja o fundamento utilizado pela doutrina para justificar a opção do legislador pela responsabilidade objetiva, todas elas estão centradas na premissa básica da vulnerabilidade do consumidor. Viu-se até aqui que as definições trazidas pelo CDC são de per si abrangentes, e não por acaso. A preocupação em assegurar aos consumidores a máxima tutela fez o legislador cerca-se de mil maneiras para que a parte mais fraca da relação de consumo pudesse ter seus direitos garantidos e a possibilidade de ter assegurada o ressarcimento de possíveis danos sofridos.

Esse tento pode ser percebido não apenas na abrangência conceitual dada pelo Código, mas também quando traz rol exemplificativo de direitos, quando estabelece a inversão do ônus da prova, quando adota como fundamento predominante de todo o microsistema a responsabilidade objetiva, que como analisado é aquela que impõe ao fornecedor o dever de indenizar sem que o consumidor prove sua culpa, ficando tão somente incumbido de demonstrar o nexo de causalidade entre o dano e produto e/ou serviço adquirido, entre outros mecanismos que facilitam e ajudam a defesa do consumidor.

Ressalte-se que o sistema de responsabilização existente no CDC está delineada com as seguintes premissas: i) responsabilidade objetiva; ii) solidariedade entre os agentes causadores;

¹²⁹GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niterói: Imprensa, 2010, p. 146-147.

iii) indenização integral; iv) cumulatividade indenizatória; e v) inversão do ônus da prova em favor do consumidor, havendo a verossimilhança e hipossuficiência¹³⁰.

Insta consignar que a reparação dada ao consumidor deve reintegrar ou chegar o mais próximo possível do estado que se encontrava antes do dano. Deve ser ressarcido não apenas em virtude da diminuição de seu patrimônio, mas também por causa da perturbação de seu sossego¹³¹. O CDC não determinou parâmetros de indenização, sendo função do magistrado a fixação do montante que entender devido. O Código porém previu a redução justa da indenização, conforme o grau de culpabilidade do fornecedor. Não há que se questionar aqui a cumulação ou não da indenização por danos morais e materiais. Conforme Súmula 37 do Superior Tribunal de Justiça¹³².

Sendo a responsabilidade objetiva aplicada ao fornecedor como regra, isso porque o Código excepciona algumas situações em que ele não é responsabilizado, pode-se afirmar desde já que o “camelô”, como fornecedor poderá ser responsabilizado caso algum consumidor seja ele direto ou equiparado sofra algum dano. Resta saber, contudo como se dá essa responsabilidade. A seguir ver-se-á como o CDC dispõe acerca da responsabilidade pelo fato e vício do produto ou serviço.

4.1.1 Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço¹³³

Diante da grande dificuldade de se provar a ocorrência de culpa pelo fabricante, produtor, comerciante, prestador de serviços no que diz respeito a um defeito no produto ou serviço que causara um dano ao consumidor, surgiu a necessidade de se efetivar a proteção do sujeito mais vulnerável da relação de consumo contra os danos que advém de acidentes de tais relações, desembocando por isso numa responsabilidade civil do fornecedor. O Código de Defesa

¹³⁰FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.48.

¹³¹*Ibid.*, p.54

¹³²STJ Súmula n° 37: São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato.

¹³³A responsabilidade pelo fato do produto ou serviço também é conhecida por responsabilidade por acidentes de consumo.

do Consumidor traz na Seção II, artigos 12 ao 17 a “Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço”¹³⁴, abarcando assim todos aqueles vícios de segurança. Diz-se que a responsabilidade é pelo fato do produto ou do serviço quando se está diante de um defeito advindo do “projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos”.

Dentro da responsabilidade pelo fato do produto de serviço estão inseridos os acidentes de consumo que acertam a segurança e o bem-estar físico do consumidor, que como expresso alhures são também aquelas pessoas que estiverem expostas ao evento danoso¹³⁵.

A responsabilidade pelo fato do produto e do serviço centra seus esforços em assegurar a “incolumidade físico-psíquica” do consumidor, tutelando sua saúde e segurança. Já a responsabilidade por vício perquiri assegurar a “incolumidade econômica” do consumidor¹³⁶. Quando, por exemplo o consumidor compra um liquidificador, e ao ligá-lo, o copo se desprende e acerta seu rosto, tem-se aqui um acidente de consumo. O consumidor sofreu um dano. Porém, se ao comprar o liquidificador, e ao ligá-lo, o copo se desprende, cai no chão e quebra, há vício do produto, isto é o produto estava com inadequação que podia ter advindo de fábrica, não causando nenhum dano, apenas um prejuízo econômico, sendo seu ressarcimento trabalhado por hipóteses trazidas pelo próprio CDC, não precisando assim recorrer administrativa ou judicialmente para ver seu ressarcimento.

Há que se dizer que há vício sem defeito, mas não há defeito sem vício¹³⁷. O vício torna o produto ou serviço inadequado. O defeito, além da inadequação, causa um dano, ao consumidor. Há quem entenda porém que os termos são iguais¹³⁸. Se não há adequação do

¹³⁴Segundo Cláudio Godoy acerca da definição de fato do produto e do serviço afirma que: “o fato do produto ou do serviço é um defeito de segurança a qual deles razoavelmente se esperava, frustrando, assim, a legítima expectativa do consumidor, sua confiança, mesmo no mercado, potencialmente, atingindo-se inclusive terceiros que aos consumidores são equiparados (art. 17 do CDC)”. GODOY, Cláudio Luiz Bueno. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 148.

¹³⁵FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.57.

¹³⁶BENJAMIN, Antônio Herman. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p.100.

¹³⁷NUNES, Luís Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 167.

¹³⁸DENARI, Zelmo. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, p. 183.

produto ou serviço se fala em vício. Se há o rompimento do dever de segurança, fala-se em defeito, e assim fato ou acidente de consumo¹³⁹.

A identificação do defeito do produto não é tarefa branda. Ela pode vim no próprio produto ou em virtude da ausência de dados essenciais para a sua utilização. No §1º do artigo 12 do CDC o legislador estabeleceu diretrizes a serem seguidas quando da presença de defeito do produto. São classificados em defeitos juridicamente relevantes para fins de responsabilidade civil, constante no *caput* do artigo 12, e defeitos juridicamente irrelevantes sendo aquelas deformidades provenientes do caso fortuito de força maior, corrosão natural e risco do desenvolvimento. Os defeitos podem ser de i) *criação* ou *concepção*, isto é, são aqueles em que o defeito está na formulação do produto; ii) *de produção*, no qual a irregularidade adveio do processo produtivo, independente da fase; iii) *de informação* ou *de comercialização*, quando há a veiculação de informação inadequada ou parca sobre a utilização do produto ou falha na disposição deste¹⁴⁰.

A abrangência dada pelo legislador ao definir o fornecedor foi de grande importância para a responsabilização, pois tanto os fornecedores diretos como os indiretos são responsáveis pelos defeitos acarretados pelo fato do produto ou serviço. São pressupostos à responsabilização do fornecedor: i) o nexo de causalidade entre a presença do defeito do produto/serviço e o dano; ii) o defeito não apresente ou dificulte a apresentação de segurança esperada; e iii) os danos sejam produzidos por defeito nos produtos ou serviços e por danos insuficientes ou impróprios quando utilizados¹⁴¹.

No artigo 12 estão presentes alguns agentes econômicos que responderão de maneira direta pelos fatos ilícitos provenientes do produto ou do serviço. Percebe-se que ao longo da seção, é explicitada a responsabilidade das demais espécies de fornecedores, abrangendo o maior número possível de agentes que estejam direta ou indiretamente no polo de oferecimento de produto e/ou serviço ao consumidor e venham porventura a causar algum dano a esse, devendo pois arcar com os prejuízos.

¹³⁹GODOY, Cláudio Luiz Bueno de. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 137.

¹⁴⁰FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.59.

¹⁴¹ *Ibid*, p. 52-53.

Não resta dúvida acerca da responsabilidade do fornecedor. Todos aqueles que integrarem a cadeia de circulação de produtos serão responsabilizados, exceto o destinatário final. Importa saber como se dá essa responsabilização. De fato, respondem objetivamente, isto é independente da existência de culpa o fornecedor, o fabricante, produtor, construtor e importador.

O comerciante, contudo, responderá de maneira subsidiária¹⁴² quando o “I- ofabricante, 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 o produto perecível”. A responsabilidade do comerciante acontece porque ele acaba sendo o fornecedor mais próximo e de fácil identificação pelo consumidor¹⁴³. Há que se dizer que é possível o direito de regresso, quer dizer, após o ressarcimento do consumidor, aquele que arcou com o pagamento poderá cobrar dos demais responsáveis, conforme sua participação no evento que provocou o dano, a quantia desembolsada¹⁴⁴.

Há porém quem entenda que a responsabilidade do comerciante é solidária, já que o artigo afirma que o comerciante “é igualmente responsável” nos termos do artigo 12¹⁴⁵. Porém esse entendimento não é viável pois não é possível demandar todos os agentes elencados no artigo 12 e 13 no polo passivo da lide¹⁴⁶.

Resgata-se aqui o conceito de fornecedor imediato, que é aquele que participa diretamente da relação de consumo, isto é, aquele que mantém contato direto com o consumidor. Esse tipo de fornecedor tem como figura mais expressiva o comerciante. Como visto acima ele responde de maneira subsidiária salvo nos casos excepcionados.

É importante destacar aqui que não é necessária a existência de uma relação contratual para que o dever de indenizar subsista, mas tão somente a existência de um dano, seja ele físico,

¹⁴²Nesse sentido: DENARI, Zelmo. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 6. ed. Rio de Janeiro: Foseense Universitária, 2000, p. 169; Esse também é o entendimento do DPDC – Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – quando editado o Atlas Geopolítico. Disponível em: <http://www.mj.gov.br/DPDC/pdf/Atlas_geopolitico.pdf> Acesso em 01 out. 2014.

¹⁴³GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 119.

¹⁴⁴FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.61.

¹⁴⁵Partilham desse entendimento: NUNES, Luis Antônio Rizzatto. *Curso de direito do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 275; ALMEIDA, João Batista de. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2003, p. 62.

¹⁴⁶GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 134.

psíquico ou externo ao produto ou serviço¹⁴⁷. Há quem entenda que havendo dano mas não havendo defeito, o fornecedor não será responsabilizado¹⁴⁸.

Cabe ao fornecedor provar a licitude de sua atividade através da demonstração da inexistência de defeito, com o intuito de afastar sua responsabilidade. Não havendo essa prova concreta, mesmo que não tenha havido defeito, o fornecedor será responsabilizado, pois o dano se fez presente na faixa de risco da atividade que desenvolve. Desse modo, com relação a ilicitude, ela é presumida toda vez que ocorra um dano ao consumidor, decorrente de um produto ou serviço que não se mostre suficiente e satisfatoriamente seguro. Há quem entenda que a responsabilidade pelo fato do produto e serviço é uma espécie de responsabilidade civil por atos ilícitos¹⁴⁹.

A desnecessidade da responsabilidade por culpa foi um grande avanço para a proteção dos consumidores haja vista que consistiria demasiado trabalho comprovar a culpa do fornecedor diante de uma situação de prejuízo haja vista a discrepância técnica, informacional e econômica que o consumidor se encontraria. Contudo, a adoção, da responsabilidade objetiva que prescinde da comprovação de culpa não libera o consumidor de trazer suas provas ao embate processual. É necessário que prove o dano e o nexo de causalidade entre o produto e/ou serviço. Com sapiência, o Código assegurou a cláusula de inversão do ônus da prova, quando a cargo do juiz for “verossímil a alegação” ou quando o consumidor for “hipossuficiente”¹⁵⁰, revelando assim sua preocupação com a acentuada vulnerabilidade do consumidor.

Importa acrescentar aqui as excludentes de responsabilidade trazida pelo CDC. Conforme trabalhado linhas atrás, o CDC adota a teoria do risco da atividade, isto é, o fornecedor é responsabilizado, quando presente o dano e o nexo de causalidade, mas admite excludentes dessa responsabilização. O fornecedor não será responsabilizado: i) se não tiver colocado o produto ou serviço no mercado; ii) se não houver ocorrido o dano; iii) quando houver culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro. Ressalte-se que se a culpa for concorrente, a

¹⁴⁷BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no código de defesa do consumidor*: principiologia, conceitos, contratos atuais. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, 5 ed, p. 129.

¹⁴⁸GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor*: código comentado e jurisprudência. Niteroi Imprensa, 2010, p. 121.

¹⁴⁹SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. *Responsabilidade civil no Código do consumidor e a defesa do fornecedor*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 115.

¹⁵⁰BENJAMIM, Antônio Herman de Vasconcelos e. *Comentários ao código de proteção ao consumidor*. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 1991, p. 59.

responsabilidade do fornecedor subsiste¹⁵¹. As hipóteses são autoexplicativas cabendo aqui uma cautela no que menciona o inciso III do §3º do artigo 12 quando coloca como excludente de responsabilidade a culpa exclusiva do consumidor. É importante destacar que para que o fornecedor se exima de toda e qualquer responsabilidade que decorra do produto ou serviço é necessário que haja, segundo redação do dispositivo, culpa *exclusiva* da vítima. Não se fala em mera culpa, mas tão somente a exclusividade do consumidor sendo ele próprio causador do dano¹⁵².

Uma parte da doutrina entende que a culpa concorrente não é considerada como excludente de responsabilidade e nem poderá ser utilizada para encolher o montante da indenização¹⁵³. O STJ porém, vem admitindo a culpa concorrente para encurtar a indenização¹⁵⁴.

Discussão pertinente a matéria refere-se aos termos caso fortuito e força maior. Nas hipóteses trazidas pelo CDC elas não estão expressamente inseridas. Importa aqui mostrar que há quem considere que o caso fortuito e a força maior impedem o dever de indenizar, e que o fato de não está expresso no próprio CDC, não quer dizer que serão desconsiderados haja a vista aplicação subsidiária do Código Civil¹⁵⁵. Porém, em sentido contrário há os que entendem que se não há na lei de maneira expressa a presença dos termos, eles não devem ser utilizados para excluir a responsabilidade do fornecedor¹⁵⁶.

¹⁵¹FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.67.

¹⁵²Neste sentido cita-se a decisão no Recurso Especial nº 1010392, de 24.03.2008, Relator Ministro Humberto Gomes de Barros, *verbis*: “ Civil. Consumidor. Reparação de danos. Responsabilidade. *Recall*. Não comparecimento do comprador. Responsabilidade do fabricante.A circunstância de o adquirente não levar o veículo para conserto, em atenção a *recall*, não isenta o fabricante da obrigação de indenizar”.

¹⁵³Nesse sentido: MARQUES, Claudia Lima. BENJAMIN, Antônio Herman. MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 237.

¹⁵⁴“Responsabilidade do hotel, que não sinaliza convenientemente a profundidade da piscina, de acesso livre aos hóspedes. Art. 14 do CDC. **A culpa concorrente da vítima permite a redução da condenação imposta ao fornecedor**. Art. 12, §2º, III, do CDC. A agência de viagens responde pelo dano pessoal que decorreu o pacote de turismo” (STJ, REsp. 287849/SP, Rel. Min. Ruy Rosado de Aguiar, DJ 13/08/2001. (grifo nosso). Nesse sentido: REsp. 327420/DF.

¹⁵⁵Nesse sentido: MARINS, James. *Responsabilidade da Empresa pelo fato do produto*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p. 153; ALVIM, Arruda. et al. *Código de defesa do consumidor comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 127. BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos e. *Comentários ao código de proteção do consumidor*. São Paulo: Editora Saraiva, 1991, p. 67; FREITAS, Arystóbulo de Oliveira. Responsabilidade civil objetiva no código de defesa do consumidor. In: *Revista Direito do Consumidor*. Vol. 11, São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 108 e 109; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões controvertidas no código de defesa do consumidor*. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999, p. 122-123.

¹⁵⁶NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. *Responsabilidade civil no Código do consumidor*. Rio de Janeiro: Aide, 1991., p. 53-54; SÉLLOS, Viviane Coêlho de. Responsabilidade do profissional liberal pelo fato do serviço no Código de proteção e defesa do consumidor. In: *Revista Direito do consumidor*, vol. 10. São Paulo: Revista dos

Em que pese a não menção expressa no CDC a jurisprudência atual tem reconhecido o caso fortuito e a força maior como excludentes¹⁵⁷. É ônus do fornecedor provar a ocorrência das excludentes de responsabilidade¹⁵⁸.

No artigo 14 do CDC é abordada a responsabilidade pelo fato do serviço. Aí se aplicam os mesmos mandamentos previstos à responsabilização pelo fato do produto, alhures analisado.

O CDC excepciona no §4º do artigo 14 a aplicação da responsabilidade objetiva. Isso ocorre quando o produto ou serviço ofertado é feito pelo profissional liberal. Para que ele seja responsabilizado é necessário demonstrar a presença da culpa. Vigê aqui a responsabilidade subjetiva.

Na responsabilidade pelo fato, seja do produto seja do serviço, o comerciante chamado “camelô” será responsabilizado, podendo se quiser ajuizar ação de regresso contra os demais fornecedores. Muitas vezes o comerciante desconhecem em que condições o produto foi feito, e no caso dos “camelôs” essa é uma situação que se acentua. Porém ao optar por esse papel, assume todos os riscos decorrentes da atividade, de forma que terá que arcar, nos termos da Lei, com os danos advindos da utilização de um produto ou serviço adquirido pelo consumidor. Não pode, no caso do comerciante informal alegar que pelo fato de sua mercadoria ser vendida por um preço mais baixo eximi-lo de qualquer responsabilidade, a não ser que a própria mercadoria esteja eivada de ilegalidade. Nesse caso o Código do Consumidor não incidirá sob nenhuma hipótese.

Tribunais, 1994, p. 151; NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. *Comentários ao Código de defesa do consumidor*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 175; NERY JUNIOR, Nelson. NERY, Rosa Maria Andrade. *Código civil anotado e legislação extravagante*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p. 920; NERY JUNIOR, Nelson. Os princípios gerais do código brasileiro de defesa do consumidor. In: *Revista de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, vol. 3. 1992, p56.

¹⁵⁷“Embora o **Código de Defesa do Consumidor** silencie a respeito, **ocaso fortuito** e a **força maior** atuam como **excludentes** do nexo causal também **no** microssistema consumerista.” - precedente deste Tribunal. Ocorrência de circunstância extraordinária que permite a consideração da **excludente** de A **responsabilidade** civil da concessionária de serviço público. Inteligência do art. 14, §3º do CDC. APELAÇÃO DESPROVIDA. UNÂNIME. (grifos nosso) Apelação Cível Nº 70060013646, Décima Câmara Cível, Tribunal de Justiça do RS, Relator: Jorge Alberto Schreiner Pestana, Julgado em 28/08/2014). Ainda nesse sentido: “CONSUMIDOR. RESPONSABILIDADE CIVIL. Nas relações de consumo, a ocorrência de força maior ou de caso fortuito exclui a responsabilidade do fornecedor de serviços. Recurso especial conhecido e provido. STJ, Resp. 996.833. Relator: Ministro ARI PARGENDLER, Data de Julgamento: 04/12/2007, T3 - TERCEIRA TURMA)

¹⁵⁸GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 120.

4.1.2 Responsabilidade pelo vício do produto ou do serviço

A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço representa uma maneira mais branda de responsabilização pensada pelo legislador do CDC.

Aqui, ao contrário do que acontece com a responsabilidade pelo fato do produto, há previsão expressa de que tipo de responsabilização é aplicada ao fornecedor. Conforme dito linhas atrás, a responsabilidade aqui também é objetiva¹⁵⁹. A responsabilidade pelo vício acontece a partir do não cumprimento do contrato de consumo pelo fornecedor, sendo desnecessária o dano efetivo ao consumidor.

Os vícios deixam os produtos ou serviços impróprios ou descabido para o consumo. Seu valor é decrescido e o consumidor tem suas expectativas frustradas. O artigo 23 preceitua que a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade ou quantidade não o exclui da responsabilidade, revelando assim a opção do legislador pelo requisito da objetivação¹⁶⁰.

Segundo os artigos 18 e 19 do CDC, os vícios do produto podem ser de qualidade, isto é, quando as características do produto os tornam impróprio ou inadequado ao fim que se destina; e de quantidade, quer dizer, há disparidade no tocante ao peso, tamanho ou volume do produto entre o que foi anunciado e como realmente é. Gera o dever de indenizar o consumidor pelos danos sofridos¹⁶¹.

Havendo vício de qualidade do produto, responde de maneira solidária o comerciante. Caso o vício não seja corrigido em 30 dias após a notificação do consumidor poderá exigir: a) a troca do produto por outro de mesma espécie, e que esteja em boas condições de uso; b) a devolução imediata do valor pago, corrigido monetariamente, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; e c) desconto proporcional do preço.

No caso de vício de quantidade do produto, o consumidor pode pedir a) desconto do proporcional do preço; b) o complemento do peso ou da medida faltante; c) a troca do produto por outro de mesma espécie, marca ou modelo, em bom estado de uso; e d) a devolução imediata do valor pago, devidamente atualizado, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

¹⁵⁹ ANDRADE, Ronaldo Alves. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Manole, 2006, p. 193; FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 70.

¹⁶⁰ *Ibid*, p. 69-70.

¹⁶¹ *Ibid*, p.71.

Os vícios podem ser ocultos ou aparentes. Aqueles são mais difíceis de se constatar, devendo o consumidor utilizar o produto. Já os aparentes, para serem identificados, não necessita da utilização para ser verificado¹⁶².

Nos dois tipos de responsabilização trazida pelo Código a reparação do dano deve ser integral. Saliente-se que a falta de informação e a inadequação no seu fornecimento acerca da utilização e riscos do produto pode acarretar danos ao consumidor ou a terceiros e devem ser ressarcidos por isso. No tocante a responsabilidade pelo vício do produto, tratada nos artigos 18 a 25 do CDC, os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade. Não há aqui distinção de responsabilidade entre fornecedores diretos e indiretos¹⁶³.

Os vícios do serviço estão previstos no artigo 20 do CDC. São serviços viciados aqueles que se mostrarem imperfeitos e venham a decepcionar o consumidor. Havendo o vício, pode o consumidor pedir: a) que o serviço seja refeito, sem nenhum custo adicional; b) a devolução imediata do valor que pagou; e c) o desconto do preço.

Nas duas modalidades de responsabilidade no âmbito civil trazidas pelo CDC fica claro a ampla proteção que dá ao consumidor, adotando como regra a responsabilidade objetiva, de forma que o fornecedor em seu sentido mais abrangente, será punido, tendo agido com culpa ou não, desde que comprovado a ligação entre o dano ao consumidor e o produto e/ou serviço adquirido, conforme abordado linhas atrás.

Viu-se que as formas de responsabilização, seja pelo fato ou pelo vício do produto e do serviço abarcam o fornecedor, nos termos do artigo 3º do CDC e nesse sentido, aí está incluso o camelô, presente por sua vez na categoria *entes despersonalizados*, constante da redação do dispositivo.

Logo, pode-se afirmar que diante de uma violação dos direitos do consumidor, o “camelô” poderá ser responsabilizado civilmente, isto é, poderá ser ajuizada ação contra ele, bem como poderá ser obrigado a proceder conforme determina o Código, conforme as hipóteses transcritas anteriormente.

Porém, é preciso que se diga que na prática a responsabilização do camelô nem sempre é uma tarefa fácil, e não há, em que pese árdua pesquisa, casos de uma responsabilização, pelo menos no que tange a violação de um direito do consumidor. A responsabilização do camelô é

¹⁶²FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.72.

¹⁶³*Ibid*, p.73.

difícil de se identificar e de se aplicar porque trabalham na informalidade, não estão inscritos no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), não pagam os tributos devidos, entre outros requisitos intrínsecos ao exercício da atividade formal. Além disso, grande parte das mercadorias comercializadas pelos “camelôs” são fruto de descaminho, e na maioria das vezes são produtos falsificados, condutas tipificadas no Código Penal Brasileiro. Ainda que licitude nas relações, muitos consumidores não denunciam a violação por falta de informação. Associam a figura do “camelô” a falsificação, ilegalidade, não vendo razão para se buscar uma tutela jurídica, por exemplo. Porém, nem todos os comerciantes informais são ilegais, nem tampouco os produtos e/ou serviços que são comercializados nos camelôs são ilícitos. Para esses casos, havendo violação de um direito do consumidor, não só poderá como deverá ser responsabilizados nos termos dos dispositivos tratado anteriormente.

Ressalta-se que o CDC não trata de relações que contenham ilicitude, quer dizer, não pode haver vício de ilegalidade em qualquer de seus elementos constitutivos. Nesse sentido, caso o consumidor compre um produto proveniente de descaminho ou falsificado de um camelô, e deparar-se com um fato ou vício do produto e/ou serviço, isto é se for vítima de vício ou defeito, não poderá se valer do CDC nessa “relação”, pois há mácula de ilicitude em virtude do produto, e desse modo, o microssistema consumerista não será aplicado.

A seguir, analisar-se-á como o CDC se comporta no tocante a uma responsabilização administrativa do fornecedor. Resta claro que havendo uma relação composta por elementos legais, não haverá dúvida de que as sanções administrativas previstas serão aplicadas, e assim o consumidor, mesmo aquele que compra em ambiente informal terá paralelamente a tutela civil, mais uma forma concreta de defesa de seus direitos.

4.2 RESPONSABILIDADE ADMINISTRATIVA

O âmbito da responsabilidade/tutela administrativa é a principal esfera protetiva do consumidor, pois envolve vários mecanismos e órgãos. Aqui o consumidor tem a seu dispor artifícios legais e administrativos para defender seus direitos. A tutela administrativa traduz-se no

poder de polícia, isto é no poder de fiscalização de competência do Estado/Administração Pública¹⁶⁴.

A tutela administrativa se dá de três formas: a) pela instituição de legislação protetiva; b) pela instituição e implementação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; e c) por meio de fiscalização, verificação e emprego das sanções administrativas aos seus violadores¹⁶⁵.

Importa destacar que o poder fiscalizatório¹⁶⁶, o controle do mercado de consumo, bem como as normas de fiscalização e conduta são temas tratados, por concessão da Constituição Federal e do CDC, de maneira concorrente e limitado aos entes federativos¹⁶⁷. O ordenamento jurídico pátrio, conforme a competência legislativa da União, estados, Distrito Federal, tem diplomas legais que versam sobre as mais variadas matérias que afetam o consumidor. Entre elas pode-se dizer o Decreto nº 22.262, de 1933, que combate a usura, a Lei Federal nº 1.521 de 1951, que condena os crimes contra a economia popular, entre outras.

Porém foi com o Código de Defesa do Consumidor, Lei Federal nº 8.078/90 que o legislativo compilou normas específicas para defender a parte mais frágil da relação de consumo e criou maneiras e instrumentos para esse escopo. No próprio CDC está inserto dispositivo que dispõe sobre a edição de normas pertinentes à “proteção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços”.

A efetiva utilização da legislação protetiva que o consumidor tem a seu dispor é feita por órgãos administrativos e entidades que agem mediata ou imediatamente na defesa daquele. Muitas vezes o consumidor se vale única e exclusivamente desses órgãos como forma de pacificar o conflito, que agem como mediadores, e por meio da conciliação, seu problema será

¹⁶⁴ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.241

¹⁶⁵ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 172.

¹⁶⁶ Sobre o poder fiscalizatório dos entes federativos, manifestou-se o STJ no seguinte sentido: “Em decorrência de normas constitucionais, ao poder público é conferido o dever, como atribuição de elástico discricionário na escolha e imposição das limitações ao exercício de atividades (e profissões), que se relacionem com a saúde pública, bem assim, na defesa do consumidor. [...] O poder de fiscalizar pressupõe, como corolário, o de regulamentação, tendo esta a finalidade precípua de controlar o cumprimento das determinações daquele, apurando responsabilidades e aplicando as sanções administrativas consequentes. No domínio econômico – conjunto de bens e riquezas a serviço de atividades lucrativas – a liberdade de iniciativa constitucionalmente assegurada, fica jungida ao interesse do desenvolvimento nacional e da justiça social e se realiza visando à harmonia e solidariedade entre as categorias sociais de produção. Admitindo, a lei maior, que a União intervenha na esfera da economia para suprimir ou controlar o abuso de poder econômico”. STJ -MS 3351/DF – Rel. Min. Demócrito Reinaldo, DJ 01/08/1994.

¹⁶⁷ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.241

solucionado, ou encaminhado para um desfecho satisfatório. São os instrumentos estatais, descentralizados e abrangedores que estão a serviço do cidadão-consumidor, desde o atendimento de uma queixa até a apuração de um ilícito cometido contra ele¹⁶⁸.

O poder de polícia no contexto da defesa do consumidor se expressa em três viés, quais sejam, *preventiva*, quando a Administração Pública age antes do cometimento do dano ao consumidor, ou quando firma termo de ajustamento de conduta; *fiscalizatória*, quando vigia as ações para que elas funcionem de maneira satisfatória. Dentro desse poder está inserto o repressivo, que é aquele que, não havendo a observância das ações de defesa, devem ser punidas através de sanções; e *regulamentar*, que se trata do poder do estado para instruir os diversos diplomas legais que versam sobre o tema¹⁶⁹.

Frente a isso o legislador criou o SNDC – Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, composto pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), por órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municípios e entidades civis de defesa do consumidor, conforme disposto no artigo 105¹⁷⁰, do CDC e Decreto n° 2.181, de 20 de março de 1997, artigo 3°¹⁷¹.

O Sistema Nacional é composto por órgãos que direta ou indiretamente se vinculam à defesa do consumidor, bem como as entidades civis que atuam de maneira conjunta. A abrangência da composição se justifica pela extensão territorial, de forma que sua ampla composição facilita e torna mais efetivo o Sistema em termos de fiscalização, controle, aplicação das punições, entre outros.

O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor subordina-se à Secretaria Nacional do Direito Econômico. Ele é o “órgão de cúpula” do SNDC e compete a ele a “coordenação da política do sistema”, nos termos do artigo 106, *caput*¹⁷², c/c o Decreto Federal n° 2.181/97, artigo 3°, *caput*.

¹⁶⁸ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p.173-174.

¹⁶⁹ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 242.

¹⁷⁰ 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.

¹⁷¹ Art. 3°-Compete à Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, a coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe[...]

¹⁷² 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, [...].

Além do DPDC, há outros órgãos que operam, indiretamente e suas ações reverberam na proteção do consumidor. Tem-se como exemplos o INMETRO – Instituto Nacional de Metrologia Normalização e Qualidade Industrial, que atua na fiscalização de pesos e medidas; a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância que se preocupa com seara dos cosméticos, alimentos, produtos sanitários, domésticos, medicamentos e “os órgãos de inspeção de produtos de origem animal e vegetal”¹⁷³.

Esses órgãos defendem o consumidor à medida que obstam a disseminação e comercialização de produtos utilizados, vencidos, impróprios e inadequado para o consumo, beneficiando assim o consumidor que tem um ambiente para fazer suas compras de maneira saudável e sem medo de posterior dano. Obviamente, trata-se de um plano ideal que nem sempre é possível alcançar todo o tempo, daí a importância da normatização dos direitos do consumidor e as responsabilidades dos infratores.

As entidades civis também compõem o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. A partir do Decreto Federal nº 2.181, de 20 de março de 1997, tiveram definidas a maneira como atuarão no Sistema¹⁷⁴. Embora integrem o Sistema Nacional, não têm as entidades as mesmas competências pertinentes aquele Sistema. As entidades são basicamente associações formadas nos termos do Código Civil¹⁷⁵. Podem atuar tanto na esfera judicial como extrajudicial, bem como genérica como específica.

Também atua com natureza administrativa o Ministério Público, porém não faz parte formalmente do SNDC. Segundo Filomeno o MP atuaria sob dois viés: a) primeiro, tentando resolver as queixas dos consumidores, reduzindo a termo o que for convencionado entre as partes, de forma que reconhecido pelo Ministério Público, tenha validade de título executivo extrajudicial, conforme parágrafo único do artigo 57 da lei n. 9.099, de 26 de setembro de 1995, e b) segundo, orientando o consumidor, na falta de conciliação ou no caso de não cumprimento do

¹⁷³ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p.177.

¹⁷⁴ Art. 8º. As entidades civis de proteção e defesa do consumidor, legalmente constituídas, poderão: I - encaminhar denúncias aos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, para as providências legais cabíveis; II - representar o consumidor em juízo, observado o disposto no inciso IV do art. 82 da Lei nº 8.078, de 1990; III - exercer outras atividades correlatas.

¹⁷⁵ Art. 53. Constituem-se as associações pela união de pessoas que se organizem para fins não econômicos. Parágrafo único. Não há, entre os associados, direitos e obrigações recíprocos.

acordado, ou caso a questão envolva ilícito civil ou penal¹⁷⁶. Em outro trabalho seu, entende que o Ministério Público, no âmbito administrativo deve atuar, orientando os consumidores, levando as reclamações desses aos órgãos de fiscalização da Administração Pública, e trabalhando em estudos e pesquisas¹⁷⁷.

A tarefa de fiscalizar é dada com primazia a tais órgãos. Porém outros órgãos poderão exercer a fiscalização, no entanto a partir de competência própria¹⁷⁸, ou através de convênio com a SDE¹⁷⁹. As entidades civis, por exemplo, em que pese fazer parte do SNDC não atuam na fiscalização, podendo no entanto direcionar as denúncias aos órgãos públicos competentes¹⁸⁰. A fiscalização é feita por agentes fiscais, designados, que mantenham vínculos com os órgãos de defesa do consumidor e estejam credenciados ou identificados¹⁸¹.

Vê-se pois que aqui, no âmbito administrativo o Código também não descuida quanto a defesa do consumidor se valendo de órgãos que possam atuar na prevenção, fiscalização e regulamentação de condutas que venham a violar direitos do consumidor. Nesse contexto não se pode olvidar dos Procon's, talvez órgão de maior notoriedade na defesa do consumidor haja vista sua ampla disseminação por toda a extensão territorial, e por ser na maioria das vezes o primeiro órgão que o consumidor recorre para buscar alguma informação, ou fazer alguma reclamação. Sobre esse órgão de maior expressividade, passa-se a analisar agora.

¹⁷⁶ FILOMENO, José Geraldo Brito. Curadoria de proteção ao consumidor, defesa do consumidor: textos básicos. 2. Ed. Brasília, MJ/CNDC, p. 210, 1988.

¹⁷⁷ FILOMENO, José Geraldo Brito e outros., Consumidor, Ministério Público e a Constituição, Defesa do Consumidor: textos básicos. 2. Ed. Brasília, MJ/CNDC, p. 240, 1988.

¹⁷⁸ Art. 7º Compete aos demais órgãos públicos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais que passarem a integrar o SNDC fiscalizar as relações de consumo, no âmbito de sua competência, e atuar, na forma da legislação, os responsáveis por práticas que violem os direitos do consumidor.

¹⁷⁹ Art. 10. A fiscalização de que trata este Decreto será efetuada por agentes fiscais, oficialmente designados, vinculados aos respectivos órgãos de proteção e defesa do consumidor, no âmbito federal, estadual, do Distrito Federal e municipal, devidamente credenciados mediante Cédula de Identificação Fiscal, admitida a delegação mediante convênio.

¹⁸⁰ Art.8º As entidades civis de proteção e defesa do consumidor, legalmente constituídas, poderão:

I - encaminhar denúncias aos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, para as providências legais cabíveis; c/c o Art. 9º A fiscalização das relações de consumo de que tratam a Lei nº 8.078, de 1990, este Decreto e as demais normas de defesa do consumidor será exercida em todo o território nacional pela Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, pelos órgãos federais integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, pelos órgãos conveniados com a Secretaria e pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor criados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios, em suas respectivas áreas de atuação e competência.

¹⁸¹ Art.10. A fiscalização de que trata este Decreto será efetuada por agentes fiscais, oficialmente designados, vinculados aos respectivos órgãos de proteção e defesa do consumidor, no âmbito federal, estadual, do Distrito Federal e municipal, devidamente credenciados mediante Cédula de Identificação Fiscal, admitida a delegação mediante convênio.

4.2.1 O papel dos PROCONs na defesa do consumidor.

A nível estadual e municipal o Sistema Nacional está presente por meio de órgãos especiais de defesa do consumidor, isto é, o Programa Estadual de Defesa de Consumidor, os denominados Procon's, bem como outros órgãos que agem com a mesma finalidade, tais como a promotoria de defesa do consumidor, os juizados especiais, entre outros. Os Procon's são de fato a maior expressão, na esfera estadual e municipal da defesa do consumidor. Têm eles o escopo de nortear, proteger e defender os direitos e interesses dos consumidores¹⁸². As atribuições desses órgãos, seja a nível estadual, municipal e Distrito federal foram delineadas pelo Decreto Federal n° 2.181/97¹⁸³.

Pode-se enumerar aqui cinco atividades primordiais dos Procons: i) *orientação*: que consiste em dar informações ao consumidor, seja pessoalmente, ou por telefone ou por campanhas publicitárias voltadas para alertar sobre os cuidados que se deve ter ao se comprar produtos e/ou serviços no mercado de consumo. A orientação vai desde esclarecimento de dúvidas acerca de direitos e deveres. Saliente-se que a ida do consumidor ao Procon não significa que vá prestar alguma queixa contra o fornecedor. Pode ir para pedir uma orientação jurídica, como se portar diante de uma determinada situação; ii) *mediação*: quando o consumidor faz uma reclamação, o Procon chama o fornecedor para tomar ciência, de forma que preste os esclarecimentos necessários e solucione de forma amigável a questão. O §4° do artigo 55 do CDC¹⁸⁴ confere aos órgãos oficiais de defesa do consumidor, sejam eles federais, estaduais ou municipais, poderes para emitir notificações aos fornecedores, chamando-os para prestarem informações de quesitos de interesses do consumidor; c) *encaminhamento à fiscalização*: não havendo a conciliação e sendo importante a reclamação feita pelo consumidor, haja vista configurar-se como uma infração administrativa ou penal, ou por estar ferindo uma quantidade razoável de consumidores, o Procon pode encaminhar o ocorrido aos órgãos de fiscalização ou o Ministério Público para que sejam tomadas as providências a nível judicial. Pode-se orientar

¹⁸² ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 178.

¹⁸³ Art. 4° No âmbito de sua jurisdição e competência, caberá ao órgão estadual, do Distrito Federal e municipal de proteção e defesa do consumidor, criado, na forma da lei, especificamente para este fim, exercitar as atividades contidas nos incisos II a XII do art. 3° deste Decreto e, ainda [...].

¹⁸⁴ Art. 55, §4° 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.

ainda a ida do consumidor aos Juizados Especiais Cíveis; d) *fiscalização*: conforme disposto no Decreto Federal nº 2.181/97, os órgãos estaduais, do DF e municípios estão autorizados a fiscalizar as relações de consumo e as infrações praticadas contra o consumidor. Pode aplicar as sanções administrativas pertinentes, bem como fomentar a execução e cobrança de multas. A partir do CDC e a sua normatização tais órgãos passaram a ter um maior poder fiscalizatório e de comando sobre o mercado de consumo, conforme o §3º do artigo 55¹⁸⁵; e e) *estudos e pesquisas*: como órgão de fiscalização e controle é de suma importância que os Procon's estejam sempre a par das novas tecnologias presentes no mercado, novo perfil do consumidor, entre outros aspectos de forma a atender as novas demandas que foram surgindo e manter a contento seu dever de proteger, *mutatis mutandi*, o consumidor. Para esse aperfeiçoamento pode contar com convênios entre entidades especializados, institutos e universidades¹⁸⁶.

Frente a essas atribuições não resta dúvida de que o Procon deve informar ao consumidor acerca de seus direitos também em ambientes de comércio informal. É cada vez mais crescente o surgimento de comerciantes informais, e esse público só aumenta porque há quem compre. Nesse sentido, há fornecedores e consumidores. Assim, é dever do Procon, conscientizar o consumidor e fornecedor acerca da existência do CDC, bem como das regras que poderá incidir sobre eles, principalmente em benefício do consumidor.

Os órgãos oficiais tem a possibilidade de editar notificações sobre assuntos próprios de sua competência, requerendo assim que os notificados prestem esclarecimento, sendo que a recusa enseja o crime de desobediência¹⁸⁷. Diante de uma infração prevista em lei, é devida a aplicação ao violador das sanções administrativas, que são previstas nas legislações. Nos diplomas legais que versam sobre a matéria já se delimita as normas de conduta, as infrações e as sanções administrativas correspondente que o órgão fiscalizador poderá aplicar ao caso concreto.

O Procon, órgão que compõe o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, presente nos estados e municípios tem entendido que a compra nos “camelôs”, e no comércio informal como um todo deve ser evitada, haja a vista o fato desses comerciantes não oferecerem garantia. Alguns é bem verdade, externam essa possibilidade apenas de boca, dizendo que se houver algum

¹⁸⁵ Art. 55, §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.

¹⁸⁶ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 178-181.

¹⁸⁷ Art.330 - Desobedecer a ordem legal de funcionário público: Pena - detenção, de quinze dias a seis meses, e multa.

defeito pode voltar que o produto será trocado, porém não há um documento, uma nota fiscal ou um comprovante que ateste a veracidade da garantia, de uma troca. Não é pois a regra.

Contudo, em que pese a aquisição de um produto a um camelô terá o consumidor o direito à garantia, ou seja o prazo de 90 dias para devolver o produto, tratando-se de produto durável, ou 30 dias se produto não-durável, caso seja essa sua vontade¹⁸⁸.

É preciso acrescentar que o consumidor que compra no comércio informal está sujeito a mais riscos porque muitos produtos e serviços estão fora dos padrões de qualidade exigidas pelas normas técnicas¹⁸⁹. Reafirme-se aqui que, mesmo sendo informal o comerciante, nos termos do artigo 3º do CDC não poderá se eximir de cumprir nenhuma das previsões contidas nesse Diploma Legal, visto que é sujeito de deveres do referido diploma, devendo arcar com o ônus de sua atividade.

O consumidor deve estar ciente de que, o produto e/ou serviço pode vir com defeito. O ideal é que não contenha, nem que venha a causar nenhum dano ao consumidor, mas se acontecer, tem ele o respaldo do CDC para defender seus direitos. No comércio informal, o consumidor deve considerar que seu nível de segurança e qualidade do produto é bem abaixo do esperado, devendo ter atenção redobrada nesse sentido. De igual modo terá a tutela do CDC, tendo em mente que seus danos podem ser maiores que um produto com nota fiscal, com certificação do INMETRO, por exemplo¹⁹⁰.

Muitos dos produtos comercializados no comércio informal são de origem duvidosa. Nesse sentido, como poderão emitir nota fiscal? A verdade é que eles não emitem, uma obrigação prevista no artigo 1º, inciso V da Lei Federal nº 8.137/90¹⁹¹. Não havendo a nota fiscal fica mais

¹⁸⁸ OLIVEIRA, Diego. Procon orienta consumidores para compra de produtos em camelôs. Portal Amazônia.com, mar. 2012. Seção Atualidades. Disponível em: <<http://www.portalamazonia.com.br/editoria/atualidades/procon-orienta-consumidores-para-compra-de-produtos-em-camelos/>>. Acesso em: 6 out. 2014.

¹⁸⁹ Procon: evite comprar em camelôs. Estadão, out. 2000. Seção Economia. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,procon-evite-comprar-em-camelos,20001027p10321>> Acesso em: 6 out. 2014.

¹⁹⁰ Procon orienta para compra de brinquedos importados. *Rondoniagora*, dez. 2011. Seção Geral Disponível em: <<http://www.rondoniagora.com/noticias/procon-orienta-para-compra-de-brinquedos-importados-2011-12-16.htm>> Acesso em: 6 out 2014.

¹⁹¹ Art.1º Constitui crime contra a ordem tributária suprimir ou reduzir tributo, ou contribuição social e qualquer acessório, mediante as seguintes condutas: [...] V - negar ou deixar de fornecer, quando obrigatório, nota fiscal ou documento equivalente, relativa a venda de mercadoria ou prestação de serviço, efetivamente realizada, ou fornecê-la em desacordo com a legislação. Pena - reclusão de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, e multa. Parágrafo único. A falta de atendimento da exigência da autoridade, no prazo de 10 (dez) dias, que poderá ser convertido em horas em razão da maior ou menor complexidade da matéria ou da dificuldade quanto ao atendimento da exigência, caracteriza a infração prevista no inciso V.

difícil para o consumidor provar, por exemplo a data da compra, bem como a mercadoria comprada, e assim fundamentar uma reclamação administrativa¹⁹².

O que para o consumidor pode parecer uma vantagem, na verdade é um grande transtorno pois a compra em um “camelô”, partindo-se do princípio de que a mercadoria seja legal, mas de baixa qualidade, pode trazer não apenas o vício do produto, mas também um dano em virtude de sua baixa qualidade. Nesse caso, poderá recorrer ao CDC, porém terá que enfrentar alguns óbices, visto que esses comerciantes não possuem registro, e assim não possuem inscrição no CNPJ, não emitem nota fiscal, e mudam de posto de trabalho muito rápido, dificultando assim sua identificação. Porém o diploma se aplica, devendo o consumidor se valer de todos os instrumentos possíveis para ter reparado o dano sofrido, seja psíquico ou econômico.

O Procon municipal de Natal, no tocante ao comércio informal atua tão somente como mediador. Não aplica as sanções previstas no CDC, visto que para essa aplicação necessário que haja por parte do comerciante o CNPJ, o que a maioria não possui.

4.2.2 Das sanções administrativas previstas no CDC

O CDC elenca em seu artigo 56, incisos do I ao XII¹⁹³ sanções administrativas que vão desde a multa até a intervenção administrativa. Elas podem ser classificadas em três modalidades: pecuniária, quando impõe ao infrator o pagamento de multa; objetiva, são ações concretas dirigidas ao produto ou serviço; e subjetivas, aquelas que recaem na atividade do fornecedor¹⁹⁴. As infrações elencadas no Decreto Federal n° 2.181/97 estão sujeitas as aplicações das sanções

¹⁹²LIMA, Antônio Carlos de. Defesa do consumidor fica prejudicada em compra feita em camelô. *Consultor Jurídico*, nov. 2011. Disponível em:<http://www.conjur.com.br/2001-nov-27/consumidores_perdem_garantia_produtos_comprados>. Acesso em 06 out. 2014.

¹⁹³Art. 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.

¹⁹⁴GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 360.

presentes no CDC, sem excluir, contudo, as sanções de caráter civil, penal e demais definidas em normas especializadas. As sanções poderão ser cumuladas¹⁹⁵,¹⁹⁶.

Importa aqui elucidar acerca da taxatividade ou não das sanções trazidas pelo CDC. Há quem considere que as sanções administrativas trazidas pelo legislador no Código de Defesa do Consumidor foi taxativa¹⁹⁷. Outro entende que seria um rol *numerus clausus*, pois o *caput* do artigo permite a aplicação de outras sanções presentes em outras normas¹⁹⁸. De fato parece ser esse o melhor entendimento, haja vista a ressalva de poder ser utilizada sanções de outras naturezas.

A aplicação das sanções e penalidades e sua respectiva execução é feita pela Administração Pública, através de procedimentos administrativos, resguardado o direito de ampla defesa e contraditório do infrator. As sanções têm a função de punir os infratores, mas também de educá-los, repreendendo assim condutas desonestas e que abusem da boa-fé do consumidor. Não é nem preciso a intervenção do Poder Judiciário. As penalidades administrativas podem ser utilizadas de maneira individual ou cumulativa, de forma cautelar, antecedente ou incidente no processo administrativo, sem afastar, como dito, demais normas de caráter civil, penal ou outras definidas em diplomas mais específicos¹⁹⁹.

A tutela administrativa e a conseqüente responsabilização dos fornecedores nessa seara são hábeis ferramentas do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor porque acaba sendo na maioria das vezes o primeiro contato do consumidor na busca de meios à defesa de seus direitos²⁰⁰. Muitas vezes, é bem verdade, os consumidores vão aos órgãos protetivos em busca de uma informação, sem saber desde logo que podem recorrer a eles não apenas para se informar,

¹⁹⁵ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. [São Paulo: Saraiva, 2002, p. 187-188.

¹⁹⁶ Nesse sentido: “Na espécie, existe procedimento administrativo por queixa no Procon estadual, restando à empresa de seguros, ora recorrente, multada em prol do fundo estadual de defesa do consumidor pela não observância do CDC. Na esfera judicial, o mesmo interessado (que deu queixa no Procon) ingressou com ação indenizatória por danos morais e materiais, já em fase de execução. Assim não existe dupla penalidade nem *bis in idem*, são processos distintos, além de que as esferas administrativa e judiciária são independentes entre si, possibilitando, inclusive, a interposição de recursos, em cada esfera, simultâneos”. STJ, RMS 21.114-BA, Rel. Min. Castro Meira, DJ 29/06/2006, Informativo 287.

¹⁹⁷ CRETILLA JÚNIOR., José ; DOTTI, René Ariel (Coord.). ALVES, Geraldo Magela (Org.). *Comentários ao código consumidor*. Rio de Janeiro: Forense, 1992, p. 192; 204-205

¹⁹⁸ DENARI, Zelmo. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto* São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991, p. 393-394.

¹⁹⁹ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 192.

²⁰⁰ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 246.

mas também para denunciar, e obter a tutela devida para proteção de seus direitos, seja de maneira preventiva ou ressarcitória.

No tocante a destinação dessas sanções restou claro que elas são destinadas a todo fornecedor que venham a violar um direito do fornecedor, não especificando aqui quem ele seja. De fato o termo fornecedor recebeu entendimento amplo, e nesse sentido, entende-se aqui, que o legislador quis abarcar tanto quantos forem os fornecedores elencados, não de maneira taxativa, repise-se, no artigo 3º alíneas transcritas.

Nesse sentido, é possível ratificar o entendimento de que tais sanções se aplicam aos camelôs, nas condições expostas anteriormente. Em verdade, não é tarefa fácil a aplicação dessas sanções aos “camelôs”, visto que para essa incidência é necessário que o comerciante tenha alguma comprovação de sua atividade, de forma que a sanção aplicada se torne efetiva. É o município que regulamenta e fiscaliza a atividade, impondo a necessidade de uma licença de autorização para o exercício do comércio. Acontece que muitos “camelôs” não possuem essa licença, caindo assim na pecha da ilegalidade, sem contar, que muitas mercadorias são frutos de ilicitude. Desse modo as sanções administrativas previstas no CDC não poderão ser aplicadas.

No município de Natal nem todos os órgãos que desempenham um trabalho de fiscalização de produtos que são inseridos no mercado de consumo atuam no comércio informal. Um exemplo é o Instituto de Pesos e Medidas do Rio Grande do Norte. Ele não desempenha nenhuma atividade junto aos “camelôs” pois alegam que como muitos não tem cadastro, fica difícil a localização. Em que pese cobrança do Ministério Público Estadual acerca de um trabalho voltado para esse tipo de comerciantes muitos fatores influenciam numa não atuação do órgão. Segundo o IPEN/RN, dificulta a fiscalização nesses comércios a grande existência desses comerciantes em todo o estado; a resistência por parte dos “camelôs”, que agem com represálias quando algum trabalho de fiscalização é feito; como não há muita fiscalização, um trabalho que for iniciado, não terá continuidade, de forma que se em um dia eles são notificados a não mais venderem em determinado local, no dia seguinte, eles já estão em outro local; a falta de uma ação conjunta, principalmente com a polícia civil e militar, também é empecilho para uma política efetiva de combate ao comércio informal de produtos evitados de vícios, bem como a falta de uma política que insira esses comerciantes, após o fechamento desses comércio, causaria fortes impactos na economia e na seara social, pois muitas pessoas ficariam sem trabalho.

Entretanto, no município, descoberta que chamou atenção foi a existência do Centro de Defesa do Consumidor, que tem sua sede em Natal/RN, mas com atuação em todo o estado. O trabalho do centro é desenvolvido por voluntários que atuam na defesa do consumidor com informações, bem como na resolução do conflito trazido até eles. O centro recebe ligações de consumidores que compram no comércio formal quanto informal.

Em ambos os casos o CDC atua com o trabalho educativo, fornecem o Código de Defesa do Consumidor, ao próprio consumidor e ao fornecedor, e atuam na mediação do conflito. No caso no consumidor que compra no comércio informal, muitos não sabem o nome, telefone do comerciante. Contudo, isso não é empecilho para a defesa do consumidor.

Quando um consumidor, por exemplo vai até o centro e diz que comprou uma mercadoria em um “camelô” e que tal produto veio com defeito, o Centro orienta que o consumidor retorne ao local da compra e por meio de uma simples conversa por telefone com o comerciante o problema é resolvido. São raros os casos de reincidência.

O Centro de Defesa associa a violação de direitos e a falta de denúncia à ausência de informação. Quando os voluntários do Centro se dirigem aos locais onde esses “camelôs” trabalham, com os consumidores, e passam a falar sobre o Código Consumidor, ambos, consumidor e fornecedor ficam surpresos a terem conhecimento de seus direitos e deveres.

O trabalho desempenhado pelo Centro corrobora com o entendimento de que o consumidor tem direito a defesa, não importa o local aonde compre. Mais que a defesa do consumidor o Centro promove a educação dos sujeitos envolvidos da relação jurídica de consumo, de forma que ambos tenham consciência de seus direitos e deveres e se evite violações de direitos de mais e mais consumidores.

No caso do município de Natal/RN fiscalização do comércio informal, bem como a formalização de muitos comerciantes é uma preocupação que está crescendo por parte do Poder Público, contudo, a conscientização de informar consumidor e fornecedor sobre seus direitos e deveres ainda é ínfima diante do crescente consumo da localidade.

É preciso que haja ainda um planejamento articulado de vários órgãos para combater as abusividades encontradas no comércio informal sem olvidar de se debater a questão social existente.

4.3 RESPONSABILIDADE PENAL

Além da responsabilização civil e administrativa o CDC prevê ainda a responsabilização penal, salientando que a aplicação de uma sanção não prejudicará a aplicação de outra, haja vista a independência entre elas.

Nesse diapasão para se compreender como a seara penal se insere no âmbito das relações de consumo importa desde já elucidar qual a função do direito penal no âmbito geral e mais precisamente na defesa do consumidor. De fato tem ele o escopo de tutelar bens jurídicos, incluindo-se aí a vida, bem como valores fundamentais para a sociedade, de forma a imputar aqueles que atentem contra tais bens, sanções, de modo a restabelecer a ordem transgredida.

O direito penal do consumidor é um sub-ramo do direito penal econômico que tem o objetivo de assegurar penalmente as relações de consumo, entendendo-o como um “bem jurídico imaterial, individual, supraindividual ou difuso”²⁰¹.

A tutela penal, bem como as demais tutelas aqui apresentadas, como a civil e a administrativa permitem entender o escopo do microsistema jurídico consumerista. A responsabilização criminal daqueles que infringem as normas do CDC é de suma importância pois é uma garantia a mais para o consumidor na defesa de seus direitos. A tutela penal reforça o cumprimento das normas encartadas no Código, principalmente quando se refere aos direitos do consumidor-gênero. A presença de crimes contra a relação de consumo são imprescindíveis ao funcionamento de um microsistema completo e eficaz²⁰².

A tutela penal é importante porque confere mais efetividade as normas encartadas no Código²⁰³, e de maneira geral, a defesa do consumidor²⁰⁴ em si, à medida que reprime procedimentos que desrespeitam seus direitos.

O legislador ao tipificar doze condutas que ferem os direitos do consumidor abarcou as “áreas de nocividade e periculosidade de produtos e serviços, fraude em ofertas, publicidade

²⁰¹ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 247.

²⁰² *Ibid*, p. 247.

²⁰³ BENJAMIN, Antônio Herman V. e. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003, p.789.

²⁰⁴ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. 3. ed. Forense Universitária, [19?] p. 406.

enganosa e abusiva, fraudes e práticas abusivas”²⁰⁵. Estão inseridas nos artigos 63 a 74. Tais condutas tem como características: serem *crimes de perigo*, quer dizer para que haja a consumação basta a probabilidade, o risco de acontecer o dano. É suficiente a ação ou omissão do legislador. Aqui a tentativa já configurou o crime; e serem *crimes de menor potencial ofensivo*, isto é todas aquelas condutas ilícitas, cuja pena não ultrapasse quatro anos. Esses ilícitos estão sujeitos aos benefícios da transação penal e da suspensão condicional do processo²⁰⁶.

O direito penal do consumidor perquiri não apenas punir as condutas que configuram o dano ao consumidor, mas atuar de forma preventiva no cometimento das condutas indesejadas evitando assim a lesão, e desse modo garantir com mais efetividade a incolumidade do consumidor, em todos os seus aspectos²⁰⁷.

O artigo 75 do CDC traz a previsão do concurso de pessoas, isto é, aquela ou aquelas pessoas que contribuírem para os crimes descritos no Código de Defesa do Consumidor, incorrerá nas penas a eles aplicados, conforme sua culpabilidade. Estão aí inseridas, por exemplo, “o diretor, administrador ou gerente de pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer outro modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda, ou manutenção em depósito de produtos ou oferta e prestação de serviço nas condições por ele proibidas”²⁰⁸. As celebridades que participem da divulgação ou de qualquer outro ato contido nos artigos 67 e 68 também poderão ser responsabilizados.

Há também a previsão de agravantes, isto é, de situações que aumentam a gravidade do crime cometido. Pode-se citar, a título de exemplificação: o cometimento do crime em época de graves crises econômicas ou por ocasião de calamidades; a dissimulação da natureza ilícita do procedimento, entre outros²⁰⁹. Tais circunstâncias estão previstas no artigo 76 do CDC.

²⁰⁵ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002 p. 207.

²⁰⁶ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 248-250.

²⁰⁷ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010, p. 372.

²⁰⁸ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 250

²⁰⁹ *Ibid*, p. 251.

Encontram respaldo na vulnerabilidade do consumidor e da urgência de sua proteção, boa-fé e confiança²¹⁰.

No que diz respeito as penas, podem ser além das privativas de liberdade e de multa, as previstas nos artigos 44 a 47 do Código Penal. Saliente-se que elas podem ser imputadas de maneira cumulativa ou alternadamente. Quanto aos crimes mais graves, que envolvam dolo, há punição cumulativa de detenção com multa; nas figuras culposas, a imputação pode ser alternativa, ou de detenção ou de multa, nos termos do §2º do artigo 63 e §2º do artigo 66²¹¹. Nesse caso pode se beneficiar do *sursis* bem como o cumprimento da pena em regime semiaberto, e aberto, e o processamento do caso perante o Juizado Especial Criminal, podendo-se, outrossim, aplicar os artigos pertinentes à transação e à suspensão condicional do processo.

O bem jurídico tutelado pelas normas penais do CDC são os direitos básicos do consumidor, previstos no artigo 6º e capítulos seguintes, elencados em rol não taxativo²¹², bem como a própria relação jurídica de consumo²¹³.

Por ser lei especial, as disposições contidas no CDC predominarão sobre as previsões contidas no Código Penal e legislação extravagante. A norma especial contém mais requisitos que a norma geral, devendo ser o único diploma aplicável ao caso²¹⁴. Ressalve-se que, como o CDC não criou uma “parte geral” as regras a serem aplicadas será a do Código Penal²¹⁵. Como as normas aí contidas são compatíveis com o CDC. Essa, como falado, por ser especial é que será observada.

Quanto aos sujeitos da relação jurídica penal tem-se que no polo ativo está o fornecedor, nos termos do artigo 3º do CDC. No polo passivo será o consumidor. Luiz Amaral²¹⁶ sobre a questão faz menção apenas ao artigo 2º. Entende-se aqui que consumidor seria aquele direto ou

²¹⁰ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 220.

²¹¹ Art.63, §2º: Se o crime é culposo: Pena Detenção de um a seis meses ou multa. [...] Art.66, §2º: Se o crime é culposo; Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

²¹² ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p.207.

²¹³ BENJAMIN, Antônio Herman V. *O direito penal do consumidor*: capítulo do direito penal econômico. In: *Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1: 103-29.

²¹⁴ COSTA JÚNIOR, Paulo José da. *et al. Comentários ao código de proteção jurídica ao consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991, p.219.

²¹⁵ Art.do 12 do CP: As regras gerais deste Código aplicam-se aos fatos incriminados por lei especial, se esta não dispuser de modo diverso.

²¹⁶ AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 252 .

strictu sensu (artigo 2º) e os definidos por equiparação ou *lato sensu* (artigo 2º, parágrafo único, 17 e 29).

Insta acrescentar que o legitimado poderá atuar, quer dizer intervir como assistente do *Parquet*. Legitimado aqui são todas as vítimas e as entidades públicas e privada de defesa do consumidor²¹⁷. Não sendo a denúncia ofertada no prazo determinado por lei, fica concedido aos legitimados propor ação penal subsidiária.

Saliente-se aqui que outros diplomas legais penais tipificaram condutas com o escopo de, direta ou indiretamente tutelar direitos do consumidor, como por exemplo o Decreto nº 22.626/1933, a chamada lei de usura; Lei Federal nº 4. 591/1964, de incorporações imobiliárias; Lei Federal nº 7.492/1986, que trata dos crimes contra a Sistema Financeiro da habitação; Lei Federal nº 8.137/1990 que definiu novos crimes contra as relações de consumo; bem como o Código Penal, nos artigos 175, 177, 272 a 275, 277, 278 e 280. Embora não tenha sido seu fim precípua, acabou de maneira reflexa protegendo o consumidor. Saliente-se que o Código Penal Brasileiro foi promulgado em 7 de dezembro de 1940, através do Decreto-Lei nº 2.848 antes mesmo da Constituição Federal e do Código de Defesa do Consumidor. As condutas são mais genéricas mas com certeza respaldam o consumidor na tutela de sua incolumidade física, psíquico e patrimonial, bem como assegura um ambiente de consumo seguro e legal. Além desses, há outros diplomas que também tutelam direitos do consumidor.

No que tange à responsabilidade criminal, aplica-se aqui as mesmas considerações despendidas nas responsabilizações trabalhadas acima. O camelô será enquadrado no crime tipificado no CDC que der causa, desde que entendido como fornecedor, bem como presente os demais elementos constitutivos da relação.

Ressalte-se que não havendo a existência de no mínimo um elemento constitutivo da relação de consumo, o CDC não será aplicado em nenhuma forma de defesa e por consequência responsabilização. Desse modo, caso o consumidor sofra algum dano, terá que se valer de outro diploma legal, como por exemplo o Código Civil para ser ressarcido em algum direito que tenha sido violado. Nesse caso o camelô, poderá ser responsabilizado civil e penalmente.

Curioso destacar que em virtude da ilicitude que permeia grande parte do comércio informal por causa da procedência de suas mercadorias, os camelôs poderão ser punidos, antes mesmo de vim a causar um dano, mas principalmente em virtude da ilegalidade em que

²¹⁷ *Ibid*, p. 252.

trabalham. As penas cominadas aos crimes cometidos foram mencionadas no capítulo anterior, quando se falou sobre a legalidade dos elementos objetivos da relação de consumo.

É tarefa laboriosa perquirir a responsabilização do camelô civil, administrativa e penalmente. Viu-se que não é impossível, mas, na prática, é missão árdua que merece mais atenção por parte do poder público, de forma a garantir a sociedade de consumo, principalmente aqueles consumidores que, comprando nesse comércio informal, tenham também o direito de ser ressarcido por eventuais danos sofridos por causa de uma compra feita a um “camelô”.

Saliente-se que o consumidor não pode se utilizar da própria torpeza, quer dizer, não pode ele mesmo sabendo das precárias condições do produto, reivindicar direitos visto que assumiu o risco do dano. Por outro lado, a informalidade do comerciante-”camelô” não pode ser causa de exclusão de sua eventual responsabilidade, nem tampouco, a condição sócio-econômico do consumidor, quer dizer, o fato de se dirigir a um ambiente de comércio popular, não pode excluí-lo de ter seus direitos devidamente defendidos, em todas as esferas presentes no microsistema jurídico consumerista.

Em que pese o fato de o legislador não ter dado maiores subsídios para a aplicação do CDC ao comércio informal, limitando-se a inclusão no artigo 3º da expressão *entes despersonalizados*, sendo na verdade construção doutrinária a colocação dos camelôs nessa categoria resgatando o sentido da expressão entendendo que aí se encaixariam aqueles que possuem personalidade jurídica de fato idade de fato.

Nesse sentido é possível afirmar que a figura do camelô, que é uma realidade crescente no país, merece atenção das autoridades públicas, pois nem o consumidor nem o fornecedor podem ser prejudicados diante de uma nítida omissão do estado, em assegurar a ambos os polos da relação jurídica de consumo o conhecimento de seus direitos e deveres, evitando desse modo que direitos sejam violados e a ordem não seja transgredida, e o curso normal da relação saia, com a satisfação de ambos os sujeitos da relação.

Ressalte-se que nesse intento não se pode olvidar do papel da doutrina que por meio de pesquisas poderão subsidiar teoricamente a utilização do CDC a essas relações de consumo, e assim permitir que não só os órgãos administrativos, mas principalmente a justiça tenham subsídios para fundamentar a aplicação do microsistema consumerista a essa realidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A edição do Código de Proteção e Defesa do Consumidor trouxe sem sombra de dúvidas uma legitimação maior ao cidadão-consumidor no tocante a efetivação de seus direitos. Esse Diploma Legal possibilitou àquelas pessoas que adquiriam produtos e/ou serviços, e que de alguma forma fossem lesadas, seja física, psíquica ou patrimonialmente pudessem ser de alguma forma ressarcidas pelo dano sofrido. Andou bem o legislador quando previu na legislação consumerista mecanismos de defesa em várias áreas, resguardando ao máximo os direitos do consumidor, já que os instrumentos postos a sua disposição são úteis não apenas à prevenção, mas ao ressarcimento de um dano e a punição do fornecedor-infrator.

Ao longo de todo o Código é possível perceber a existência de conceitos abrangentes, enumeração de conflitos e hipótese *numerus clausus*, isto é não taxativo, a adoção da responsabilidade objetiva, como regra, desonerando assim o consumidor de comprovar a culpa do fornecedor, em caso de dano, inversão do ônus da prova, desde que atendidos os requisitos legais, entre outros meios que ajudam substancialmente o consumidor na proteção e efetivação de seus direitos.

Com a análise acurada dos elementos que compõem a relação de consumo restou claro que consumidor tem uma atenção especial na legislação, não à toa, haja vista que o diploma foi editado para protegê-lo de maneira precípua, e assim trouxe quatro conceitos de consumidor, sendo pois difícil que o cidadão não se enquadre em nenhum das definições trazidas. Quando abordado o conceito de fornecedor, presente no artigo 3º, o legislador na redação do dispositivo inseriu a expressão *entes despersonalizados*.

Porém, para que a relação de consumo esteja caracterizada além da presença dos elementos subjetivos, necessário se faz a presença do elemento objetivo e finalístico. Ressalte-se que o ordenamento jurídico não se presta a tutelar relações jurídicas que sejam eivadas de ilegalidade.

No caso dos camelôs pode-se perceber que eles são fornecedores, na medida em que se enquadram na categoria prevista pelo CDC no artigo 3º, qual seja *entes despersonalizados*. Nesse sentido os produtos que eles comercializam são adquiridos por consumidores legítimos, quer dizer, por pessoas que compram ou utilizam o produto ou serviço com uma destinação final, mostrando-se vulneráveis em vários aspectos. Por fim, no tocante ao elemento objetivo, isto é, produto ou serviço, em que pese a informalidade, e muitas vezes a ilegalidade que pode marcar

esses ambiente de comércio, é possível encontrar mercadorias lícitas que são comercializadas e desse modo ratificam a aplicação do CDC a esses ambientes.

É sabido que o comércio informal é assim denominado porque não atende a requisitos legais, os fornecedores não possuem registro, e conseqüentemente não estão inscritas no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), muitas não declaram à Receita Federal, não pagam determinados tributos, entre outros. Além disso, grande parte dos produtos comercializados pelos camelôs são falsificados, sendo produzidos ou na própria residência do comerciante, ou entram no país através de descaminho, que é a entrada de produtos permitidos pela legislação pátria, mas sem o pagamento dos impostos devidos em razão da importação da mercadoria. Grande parte das mercadorias não possuem a mesma qualidade que as comercializadas no mercado formal, e por isso são repassadas para o consumidor por preços mais baratos.

Na prática tem se mostrado difícil, para não dizer impossível, algum caso de aplicação. Nem a doutrina nem a jurisprudência pátria se pronunciou sobre a questão, limitando-se a doutrina, e somente, a citar como exemplo de *entes despersonalizados* a figura dos camelôs, e afirmar sucintamente a aplicação do Código aos mesmos.

Nesse sentido, em face dessa dicotomia, isto é da existência de dois cenários em uma mesma realidade, quer dizer, de produtos lícitos e ilícitos dentro do comércio informal, a incidência ou não do CDC aos camelôs deverá ser perquirida caso a caso, isto é, caso o consumidor entenda ter sido lesado de alguma forma pela compra e/ou uso do produto ou do serviço, deve ele se dirigir aos órgãos de proteção com o escopo de solucionar sua causa. Deve ter em mãos todo o tipo de informação necessária do ato da compra e a partir de uma análise cuidadosa dos dados concluir pela aplicação ou não do CDC.

No tocante a responsabilização, seja civil, administrativa e/ou penal, em que pese o Código de Defesa do Consumidor não tratar especificamente da sua aplicação aos “camelos”, entende-se que elas devem ser aplicadas da mesma forma que a um comerciante formal, já que a expressão *entes despersonalizados* já enquadra o “camelô” como fornecedor, da mesma forma que os demais trazidos pelo dispositivo.

Pode-se questionar aqui, o que levaria o consumidor a demandar um “camelô” a responder por um dano causado a ele por causa da aquisição de um produto ou serviço adquirido em seu comércio. De fato o consumidor vai a esse tipo de comércio por causa, na maioria das vezes do preço mais barato que as grandes lojas. O faz sabendo que encontrará lá, em grande

parte, produtos com a qualidade mais baixa, mas por causa do baixo valor pago, sujeitam-se a essa realidade. Sendo o produto mais barato, ou de baixa qualidade, e o próprio comércio permeado pela informalidade não exime o fornecedor de uma possível responsabilização caso aconteça algum fato ou vício do produto ou serviço. Em que pese a informalidade, o comerciante-camelô, ainda está a frente do consumidor, de modo que tem um domínio maior da relação devendo assumir de igual modo que um comerciante formal, os danos decorrentes de sua atividade. Não é hipótese de exclusão de responsabilidade do fornecedor se sua atividade é ou não formal e em virtude possui muito ou pouco poder aquisitivo diante de outros fornecedores.

No entanto é preciso ressaltar que diante de uma compra cujo produto ou serviço seja ilícito, o CDC não será aplicado. Assim, sendo o consumidor vítima de um dano por causa desse produto, não poderá se utilizar das garantias insertas no microssistema normativo visto que não restou configurada uma relação de consumo nos termos legais. Mas, sendo o produto e ou serviço legal, caso o consumidor tenha sofrido um dano, seja ele moral ou material, o mesmo poderá se utilizar dos mecanismos de defesa do CDC, com todas prerrogativas que tem direito.

O consumidor tem a seu dispor inúmeros meios dos quais pode se valer para sanar eventual dúvida acerca de uma possível demanda contra o “camelô”. É certo que a maioria das pessoas que frequentam esse tipo de comércio tem a ideia de que eles não são legítimos e não veem o porquê de demandá-los judicialmente; outros nem tem o conhecimento da existência do CDC e dos demais artifícios disponíveis a ele para reivindicar seus direitos, embora a publicização do acesso à justiça, em todas as suas vertentes, tenha ganhado força. Mesmo diante de uma violação de seus direitos de uma relação de consumo, dentro de um ambiente informal, nada faz porque não tem o conhecimento de que existe um diploma legal, que lhe assegura o direito de reparação pelo dano sofrido, seja físico, psíquico ou patrimonial.

O “camelô” é uma espécie de fornecedor bastante característico e embora o entendimento da sociedade esteja arraigado de maneira forte no sentido de associar a ele e aos produtos e/ou serviços que comercializam, a informalidade e “pirataria” (ilegalidade), é possível encontrá-los revestidos de licitude estando dentro do âmbito de incidência do CDC. O tema ainda merece uma atenção maior por parte da doutrina, juízos e Tribunais pátrios, haja vista o grande crescimento dessas figuras em nosso meio social e econômico, e junto dele o crescimento da violação de direitos dos consumidores.

REFERÊNCIAS

ALVES, Fabrício Germano. *Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária*. Natal: IEL, 2013.

ALVES, Maria Aparecida; TAVARES, Maria Augusta. A dupla face da informalidade do trabalho: “autonomia” ou precarização. In: *Riqueza e miséria do trabalho no Brasil*. São Paulo:Boitempo, 2006,

ANDRADE, Ronaldo Alves. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Manole, 2006.

ALVIM, Arruda et al. *Código do consumidor comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2. ed, 1995.

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1993.

_____.3. ed. São Paulo Saraiva, 2000.

_____. *Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2003.

AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010,

BENJAMIM, Antônio Herman V. e. O conceito jurídico de consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima. MIRAGEM, Bruno. (Org.) *Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor*. São Paulo. Revista dos Tribunais, p. 628/69, fev. 1988.

BENJAMIM, Antônio Herman V. e. *Comentários ao código de proteção ao consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1991.

_____.*Manual de direito do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

_____. O direito penal do consumidor: capítulo do direito penal econômico. In: *Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1: 103-29.

BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Questões Controvertidas no Código de defesa do consumidor*. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999

_____. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

BOLZAN, Fabrício. Serviço público e a incidência do código de defesa do consumidor, In: BOLZAN, Fabrício; MARINELA, Fernanda (Org.). *Leituras complementares de direito administrativo de direito administrativo: Advocacia pública*. 2. ed. Salvador: JusPodivm, 2010.

BULGARELI, Waldirio. A tutela do consumidor na jurisprudência e “de lege ferenda”. In: *Revista de Direito Mercantil* (nova série), ano 22, 49:44, jan/mar. 1983.

CAPEZ, Fernando. *Curso de direito penal: parte especial*. São Paulo: Saraiva, v. 3, 2. ed. 2005.

CARVALHO, Marcia Dometila Lima de. *Crimes de contrabando e descaminho*. São Paulo, Saraiva, 1988.

COMPARATO, Fábio Konder. A proteção do consumidor: importante capítulo do direito econômico. In: *Defesa do consumidor: textos básicos*. 2. ed., Brasília, CNDC, 1988, p. 37.

COSTA JÚNIOR, Paulo José da. *Comentários ao código penal*. São Paulo: Saraiva, vol. III, 1989.

COSTA JÚNIOR *et al.* *Comentários ao código de proteção jurídica ao consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

CAVALIERI FILHO, Sérgio; MENEZES DIREITO, Carlos Alberto. *Comentários ao novo código civil*. v. 13. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

DENARI, Zelmo. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991.

_____. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

_____. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção do consumidor: conceito e extensão*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

FARENA, Duciran Van Marsen. A indisponibilidade do interesse do consumidor e o discurso regulatório. In: ROCHA, João Carlos de Carvalho. HENRIQUES FILHO, Tarcísio Humberto Parreiras, CAZETTA Ubiratan (Org.). *Ação civil pública: 20 anos da Lei n. 7.347/85*. Belo Horizonte: Del Rey, 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo dicionário aurélio da língua portuguesa*. 4. ed. Curitiba: Positivo, 2009.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Curadoria de proteção ao consumidor*. São Paulo, APMP (Série Cadernos Informativos), 1987.

_____. *Curadoria de proteção ao consumidor, defesa do consumidor: textos básicos*. 2. ed. Brasília, MJ/CNDC, 1988

_____. *Consumidor, Ministério Público e a Constituição, Defesa do Consumidor: textos básicos*. 2. ed. Brasília, MJ/CNDC, 1988.

_____. *Manual de direitos do consumidor*. 3. ed. São Paulo: Atlas: 1999.

_____. *Código brasileiro de defesa do consumidor*. 3. ed. Forense Universitária, [19?].

FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando; *Manual de direito do consumidor*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

FREITAS, Arystóbulo de Oliveira. Responsabilidade civil objetiva no Código de defesa do consumidor. In: *Revista Direito do Consumidor*. v. 11, São Paulo: Revista dos Tribunais.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência*. Niteroi Imprensa, 2010.

GRECO, Rogério. *Curso de direito penal: parte especial*. Niterói: Impetus, v. IV, 8. ed. 2012.

GODOY, Cláudio Luiz Bueno de. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. SILVA, Regina Beatriz Tavares da. São Paulo: Saraiva, 2009.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. *Dicionário houaiss da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

KHOURI, Paulo R. Roque. *Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo*. CIDADE????: Atlas, 2012.

MANCUSO, Rodolfo de Camargo. A jurisprudência evolutiva do STJ em temas controvertidos e relevantes do consumerismo, In: MORATO, Antônio Carlos; NERI, Paulo de Tarso (Org.). *20 anos do código de defesa do consumidor: estudos em homenagem ao professor José Geraldo Brito Filomeno*. São Paulo: Atlas, 2010, p. 483

MARINS, James *et al.* *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

MARINS, James. *Responsabilidade da empresa pelo fato do produto*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 4. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2004.

_____.5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

_____. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. BENJAMIN, Antônio Herman. MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

MIRABETE, Júlio Fabbrini. *Manual de direito penal*. São Paulo: Atlas, 2006.

MONTESSORO, Cláudia. *Centralidade Urbana e Comércio Informal: Os Novos Espaços de Consumo no Centro de Anápolis*. Presidente Prudente, 2006. 384 f. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual Paulista, Presidente Prudente, 2006.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito*. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

MORATO, Antonio Carlos. *Pessoa jurídica consumidora*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

MUKAI, Toshio. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1991.

NASCIMENTO, Tupinambá Miguel Castro do. *Responsabilidade civil no código do consumidor*. Rio de Janeiro: Aide, 1991.

NERY JUNIOR, Nelson. *Os princípios gerais do código brasileiro de defesa do consumidor*. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, vol. 3. 1992.

_____. *Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

NERY JUNIOR, Nelson; NERY, Rosa Maria Andrade. *Código Civil anotado e legislação extravagante*. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. *A proteção constitucional do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. *Serviços públicos e relação de consumo: aplicabilidade do código de defesa do consumidor*. Curitiba: Juruá, 2006.

NUCCI, Guilherme de Souza. *Código penal comentado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

_____. *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano; ALVES, Yolanda Pinto Serrano de. *Código de defesa do consumidor interpretado: doutrina e jurisprudência*. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

OLIVEIRA, Joilma de Deus. *Trabalhadores por conta própria: o trabalho dos vendedores ambulantes da passarela do Natal Shopping e do Via Direta*. 2009, 175 f. Dissertação (Mestrado em Serviço Social) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2009,

PRADO, Luiz Regis. *Curso de direito penal brasileiro: parte especial*. São Paulo: Revista dos Tribunais, vol. 3, 2010.

RODRIGUES, Marcelo Abelha. *Análise de alguns princípios do processo civil à luz do título III do código de proteção e defesa do Consumidor*. In: *Revista Direito do Consumidor*, v. 15, São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. *Responsabilidade civil no Código do consumidor e a defesa do fornecedor*. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

SÉLLOS, Viviane Coêlho de. *Responsabilidade do profissional liberal pelo fato do serviço no Código de proteção e defesa do consumidor*. In: *Revista Direito do consumidor*, v. 10. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1994.

SIMÃO, José Fernando. *Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor*. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009.

SMANIO, Gianpaolo Poggio. *Interesses difusos e coletivos*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

VENOSA, Silvio de Salvo. *Direito civil*. 3. ed. São Paulo: 2003. v.4.

.

JURISPRUDÊNCIA CITADA

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. (Terceira Turma) Recurso Especial nº. 733.560/RJ. Relatora Ministra Nancy Andriahi. J. 11/04/2006. DJ. 02/05/2006.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma). Recurso Especial nº 218505/MG. Relator

Ministro Barros Monteiro. J. 16/09/1999. DJ 14/02/2000.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma) Recurso Especial n° 264.126/RS. Relator Ministro Barros Monteiro, DJ 27/08/2000.

_____. Superior Tribunal de Justiça (Sexta Turma). Recurso Especial n° 475220/GO. Relator Ministro Paulo Medina. DJ 15/09/2003.

_____. Superior Tribunal de Justiça (Terceira Turma). Recurso Especial n° 256.441/RS. Relator Ministro Antônio de Pádua Tibeiro, p/ac. Relator Ministro Carlos Alberto Menezes Direito, DJ 03/02/2003.

_____. Superior Tribunal de Justiça (Primeira Turma). Recurso Especial n° 263.229/SP. Relator Ministro José Delgado, DJ 09/04/2001.

_____. Superior Tribunal de Justiça (Segunda Turma). Recurso Especial n° 586.316/MG. Relator Ministro Herman Benjamin. J. 17/04/2007. DJe. 19/03/2009.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma). Recurso Especial n° 661.145/ES. Relator Ministro Jorge Scartezzini. j. 22/02/2005.

_____. Tribunal de Alçada de Minas Gerais.(Quarta Câmara Cível) Agravo de Instrumento n° 0325007-1, Relator Alvimar de Ávila, j. 13/12/2000.

_____.Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial n° 840.864/SP. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.17/04/2007. DJ. 30/04/2007.

_____.Superior Tribunal de Justiça. (Primeira Turma). Recurso Especial n ° 493.181/SP. Relatora Ministra Denise Arruda. J.15/12/2005. DJ. 01/02/2006.

_____.Superior Tribunal de Justiça. (Primeira Turma). Recurso Especial n° 926.159/RS. Relator Ministro José Delgado. J. 13/11/2007. DJ. 29/11/2007.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Terceira Turma).Recurso Especial n° 1010392. Relator Ministro Humberto Gomes de Barros. J. 24/03/2008. DJ13/05/2008.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma). Recurso Especial. 287849/SP, Relator Ministro Ruy Rosado de Aguiar, DJ.13/08/2001.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma). Recurso Especial nº 327420/DF. Relator Ministro Sálvio de Figueiredo Teixeira. J. 23/10/2001. DJ. 04/02/2002.

_____. Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul. (Décima Câmara Cível). Apelação Cível nº 70060013646. Relator Jorge Alberto Schreiner Pestana. J.28/08/2014. DJ. 05/09/2014.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso em Mandado de Segurança nº 21.114-BA. Relator Ministro Castro Meira, DJ 29/06/2006.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Primeira Seção). Recurso Especial nº 976.836/RS. Relator Ministro Luiz Fux. J. 25/08/2010. DJ. 05/10/2010.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 1.007.703/RS. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.18/03/2008. DJ.18/11/2008;

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 983.329/PB. Relatora Ministra Eliana Calmon. J. 18/12/2007. DJ. 06/02/2009.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 993.511/MG. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.11/12/2007. DJ.01/12/2008.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 988.749/RJ. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.11/12/2007. DJ 27/11/2008.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 978.629/MG. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.06/12/2008. DJ. 18/12/2007.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Segunda Turma). Recurso Especial nº 947.731/RS. Relatora Ministra Eliana Calmon. J.06/12/2007. DJ.18/12/2007.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Terceira Turma). Recurso Especial nº 996.833/SP. Relator Ministro Ari Pargendler. J. 04/12/2007. DJ. 01/02/2008.

_____. Superior Tribunal de Justiça. (Quarta Turma). Recurso Especial nº 932557 SP. Relator

Ministro Luis Felipe Salomão. J. 07/02/2012. DJ 23/02/2012

_____.Tribunal de Justiça de Alagoas. (Primeira Câmara Cível). Agravo de Instrumento n° 00064743920128020000 AL 0006474-39.2012.8.02.0000, Relator. Desembargador Tutmés Airan de Albuquerque Melo. J. 29/04/2013. DJ. 05/06/2013.

_____.Tribunal de Justiça da Bahia. (Quarta Câmara Cível). Apelação n° 00936564720108050001 BA 0093656-47.2010.8.05.0001, Relator José Olegário Monção Caldas. J. 10/04/2012. DJ.07/11/2012.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Súmula n° 37. São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato.

LEGISLAÇÃO

BRASIL. *Constituição Federal da República Federativa do Brasil*, de 05 de outubro de 1988.

_____. *Lei n°10.406, de 10 de janeiro de 2002*. Institui o Código Civil.

_____. Lei Federal n° 9.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção e defesa do consumidor.

_____. Lei Federal n° 8.137, de 27 de dezembro de 1990. Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

_____. Lei Federal n°13.088, de 26 de junho de 2014. Dá nova redação ao art. 334 do Decreto-Lei n° 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal e acrescenta-lhe o art. 334-A.

_____. Decreto Federal n° 2. 181, de 20 de março de 1997. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC, estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei n° 8.078, de 11 de setembro de 1990, revoga o Decreto N° 861, de 9 julho de 1993, e dá outras providências.

_____. Decreto-Lei n° 2. 848, de 7 de dezembro de 1940. Código Penal.

_____. Lei Federal n° 9.610 de 19 de fevereiro de 2010. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

_____. Lei Federal nº 9.099, de 26 de setembro de 1995. Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências.

_____. Decreto-Lei nº 2.041 de 27 de fevereiro de 1940. Regula o exercício do comércio ambulante.

_____. Lei Municipal nº 11.309 de 23 de agosto de 1991. Disciplina o exercício do comércio ou prestação de serviços ambulantes nas vias e logradouros públicos no Município de São Paulo.

_____. Lei Municipal nº 2.513 de 27 de dezembro de 1990. Regulamenta O Comércio Ambulante E Atividades Afins E Dá Outras Providências.

_____. Lei Municipal nº 1.876 de 29 de junho de 1992. Dispõe sobre o comércio ambulante no Município e dá outras providências.

_____. Decreto Municipal nº 5.661 de 15 de junho de 1995. Dispõe sobre atividades comerciais do camelô do município de Natal.

_____. Portaria Municipal nº 019 de 20 de junho de 2012. Regulamenta as atividades de comércio e atividades ambulantes no âmbito deste Município.

DOCUMENTOS EM PÁGINAS ELETRÔNICAS

AMARAL, Antônio Carlos Cintra do. Distinção entre usuário de serviço público e consumidor, In: *Revista eletrônica de direito administrativo econômico*. Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, n. 6, mai/jun/jul de 2006. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br>> Acesso em: 15 set. 2014.

BELO HORIZONTE. Clube de diretores lojista. *Relatório de Pesquisa: mercado informal brasileiro*. Belo Horizonte, 2013, 19 p. Disponível em: <http://www.cdlbh.com.br/portal/2067/Enquetes_e_Pesquisas/Mercado_Informal_no_Brasil>. Acesso em 09 out. 2014>.

BERTOLUCCI, Fábio Luiz. A área central de Uberlândia: espaço preferencial das atividades informais – os camelôs e os ambulantes. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2., 2003, Uberlândia. *Anais...* Uberlândia, 2003. Disponível em <<http://www.ig.ufu.br>>. Acesso em: 10 out. 2014.

CLEPS, Geisa Daise Gumiero. O comércio informal e a cidade. In: SIMPÓSIO REGIONAL DE GEOGRAFIA, 2., Uberlândia. *Anais...* Uberlândia, 2003. Disponível em: <<http://www.ig.ufu.br>>. Acesso em: 11 out. 2014.

DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. *Atlas Geopolítico*. Disponível em: <http://www.mj.gov.br/DPDC/pdf/Atlas_geopolitico.pdf> Acesso em: 1 out. 2014.

DUARTE, Hélder. Pirataria movimentada U\$ 522 bilhões e tira 2 milhões de empregos no país. *GI*, out. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2014/10/pirataria-movimentada-us-522-bilhoes-e-tira-2-milhoes-de-empregos-no-pais.html>>. Acesso em: 8 out. 2014.

KITAMURA, Camila Kazumi; *et al.* O comércio e serviços ambulantes: uma discussão. In: *Caminhos de Geografia*, Uberlândia, v. 8, n. 23 p. 20-26. Disponível em: <<file:///C:/Users/Ale&Angel/Downloads/15656-58890-1-PB.pdf>>, Acesso em: 10 out. 2014.

LIMA, Antônio Carlos de. Defesa do consumidor fica prejudicada em compra feita em camelô. *Consultor Jurídico*, nov. 2011. Disponível em: <http://www.conjur.com.br/2001-nov-27/consumidores_perdem_garantia_produtos_comprados>. Acesso em: 6 out. 2014.

MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: *Direito, estado e Sociedade*. v. 9. n. 29 p. 233-258 – jul/dez 2006. <http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/Bodin_n29.pdf>. Acesso em: 2 out. 2014.

OLIVEIRA, Diego. Procon orienta consumidores para compra de produtos em camelôs. *Portal Amazônia.com*, mar. 2012. Seção Atualidades. Disponível em: <<http://www.portalamazonia.com.br/editoria/atualidades/procon-orienta-consumidores-para>>

compra-de-produtos-em-camelos/>. Acesso em: 6 out. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL. Atribuições da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos. Disponível em: <<https://www.natal.rn.gov.br/semsur/paginas/ctd-790.html>>. Acesso em: 14 out. 2014.

Procon: evite comprar em camelôs. Estadão, out. 2000. Seção Economia. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,procon-evite-comprar-em-camelos,20001027p10321>> Acesso em: 6 out. 2014.

Procon orienta para compra de brinquedos importados. *Rondôniaagora*, dez. 2011. Seção Geral Disponível em: <<http://www.rondoniagora.com/noticias/procon-orienta-para-compra-de-brinquedos-importados-2011-12-16.htm>> Acesso em: 6 out. 2014.

SANTOS, Antônio Oliveira. O comércio informal. *CNC*, jun. 2004. Seção Central do Conhecimento. Disponível em: <<http://www.cnc.org.br/central-do-conhecimento/artigo-do-presidente/o-comercio-informal>>. Acesso em: 8 out. 2014.

SOUZA, Carolina. Camelos criticam reordenamento do comércio informal da cidade alta e temem prejuízos. *Jornal de Hoje*, set. 2013. Seção Cidade. Disponível em: <<http://jornaldehoje.com.br/camelos-criticam-reordenamento-do-comercio-informal-dacidade-alta-e-temem-prejuizos/>> Acesso em: 6 out. 2014.

_____. Semsur organiza comércio informal da cidade alta. *O Jornal de Hoje*, mar., 2013. Seção Cidade. Disponível em: <<http://jornaldehoje.com.br/semsur-organiza-comercio-informal-da-cidade-alta/>>. Acesso em: 6 out. 2014.

Informalidade no Brasil movimenta R\$ 900 bilhões. *O Tempo*, fev. 2010. Seção Economia. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/capa/economia/informalidade-no-brasil-movimenta-r-900-bilh%C3%B5es-1.379943>>. Acesso em: 15 out. 2014.