

CONSUMO E EDUCAÇÃO. NOTAS À LEI Nº 12.291/10.

Gilberto Fernandes Brito Júnior¹
Daniel Gustavo de Oliveira Colnago Rodrigues²

Resumo: O presente trabalho tem como objetivo principal apresentar ao leitor críticas com relação a Lei 12.291/10 que agregou ao Código de Defesa do Consumidor a obrigatoriedade e sanção ao seu descumprimento a cerca da realidade vivida no Brasil; além, é claro, de traçar de modo sistemático seus conceitos para que se possa facilitar a compreensão referente a posição com relação às críticas.

Palavra-chave: Direito do Consumidor. Código de Defesa do Consumidor. Princípios. Notas à Lei 12.291/10.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade contemporânea está vivenciando grandes avanços no campo jurídico e também tomando conhecimento de seus direitos com mais intensidade como antes. Não se pode negar que os expansionismos dos meios de comunicação, com foco especial para internet, contribuem de forma veemente para isso, através dos quais as pessoas têm mais acesso as informações “digeridas”, isto é, de forma mais objetiva e focada nas áreas de seus interesses.

Não é uma realidade ignorada o fato dos indivíduos, embora viverem num país democrático de direito, não poderem ter acesso à Justiça. Vê-se principalmente naquelas áreas em que o próprio indivíduo pode por ele mesmo resolver os fatos insurgentes de uma relação jurídica, porém há uma opressão de direitos e para os mais leigos, isso ocorre com maior incidência.

¹ Pesquisador – Advogado. Possui graduação pelas Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo (2012)

² Mestrando em Direito Processual Civil pela USP. Professor Titular de Direito Processual Civil da Faculdade de Direito de Presidente Prudente/SP (Toledo). Professor convidado nos Cursos de Pós-Graduação em Direito Civil e Processual Civil da Faculdade de Direito Damásio de Jesus (SP), Faculdade de Direito de Dracena/SP, dentre outros. Professor da Escola Superior da Advocacia (29ª Subseção da OAB/SP). Especialista em Direito Civil e Processual Civil pela Faculdade de Direito de Presidente Prudente/SP. Coordenador do Grupo de Estudos “Processo e Sistema Interamericano de Direitos Humanos”, vinculado à Associação Educacional Toledo de Presidente Prudente/SP. Banca Examinadora na Competição Anual de Direitos Humanos da American University College of Law (Washington, EUA). Advogado.

Mesmo num país sob o manto de uma Constituição garantista, o acesso das pessoas a este meio de garantia se encontra restringido de certa forma nas mãos daqueles que detém, na maioria das vezes, poderio econômico maior em relação àqueles que são menos favorecidos.

Ora, há muitos ideais que são dispostos no mundo jurídico, mas apenas com a força de palavras não se pode chegar a lugar algum senão tiver o impulso maduro de sólidas bases que permitam alcançar determinadas metas tão sonhadas ao Direito.

Há muitas áreas do ordenamento jurídico brasileiro que necessitam urgentemente de reformas para acompanhar o crescimento social. Na realidade enfrentada se tem apenas desejos que muitas vezes não saem do papel ou ficam trancafiados nas gavetas legislativas e que poderiam ser uma solução para a demanda da sociedade. São muitos os exemplos que se poderia dar para ilustrar esse quadro temático, porém, não há como pautar esta temática sem abordar um dos pontos considerados positivos ao ordenamento jurídico e que trouxe grandes inovações, o Código de Defesa do Consumidor, mas que também apresenta suas problemáticas como se verá a seguir.

2 DEFINIÇÕES INICIAIS

O Código de Defesa do Consumidor foi criado pela Lei 8.078/90 e é considerado um grande avanço para a legislação brasileira, pois trouxe diversas regras para a regulação da relação jurídica entre as partes.

De acordo com a inteligência que se extrai do artigo 2º deste diploma, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Então, pela lógica, funda-se o entendimento que toda relação de consumo é baseada numa cadeia de interesses, ou seja, tem-se de um lado aquele que coloca a disposição produtos ou serviços para a venda objetivando lucro (fabricante) e de outro aquele que necessita de tais bens para que satisfaça a suas necessidades, sejam elas pessoais ou de uma coletividade. Por esta razão é que se pode notar que em uma relação de consumo temos a coexistência de

interesses, no entanto um deles é firmado com o intuito de destinação final e na lógica do Código é este o conceito básico de consumidor.

Com o advento em regulamentar esta relação, fez surgir na doutrina a discussão de qual seria a natureza jurídica desta norma dentro do âmbito que acabara se desenvolvendo no ordenamento jurídico. Com muita relevância, autores como Sérgio Cavalieri Filho se destacou neste universo ao definir o CDC como sendo uma sobre-estrutura jurídica multidisciplinar, isto é, nas relações que envolvam consumidor, aplicáveis serão as normas do CDC. Importante frisar, nos dias de hoje, a maioria das relações jurídicas são acentuadas pela presença de ordem consumerista e dessa forma haveria soma de princípios.

Nos contratos há prevalência da vontade das partes, boa-fé e o mutualismo que continuam presentes, entretanto sob o manto dos princípios do CDC. Outros autores dizem que o CDC é um *codex* principiológico, no qual traz apenas princípios e regras gerais e este pensamento está acertado, pois não se vê qualquer tipo de regulamentação específica a contratos de compra e venda, por exemplo, mas apenas regulamentações gerais e conceitos indeterminados, reforçando o dizer de que é uma sobre-estrutura multidisciplinar.

O CDC se aplica a todos os ramos do Direito em se tratando de relação consumerista. Não é uma lei geral, mas sim uma sobre-estrutura de direitos, pois regulamentou de maneira exclusiva e específica as relações de consumo, tendo recebido da Constituição Federal através dos artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, como também artigo 48 do ADCT tal imposição, sendo chamado pela doutrina de minissistema jurídico.

3 CONCEITOS BÁSICOS DAS PESSOAS E BENS

No ordenamento jurídico brasileiro é comum encontrar definições nas próprias leis em que o legislador julgou necessárias menções para que se possa entender a sua estrutura. Citam-se exemplos como o Código Penal e o Código

Tributário Nacional que logo em seus primeiros artigos já cuidam das definições necessárias para que se compreenda todo texto legal e o seu comportamento dentro de todo ordenamento.

Já com CDC não foi diferente. Como se trata de um chamado *codex* principiológico, é comum também encontrar definições trazidas pelo legislador; porém o foco da Lei 8.078/90 é preconizar a harmonia dentro do sistema legal que foi inserida para que regule da melhor forma possível a relação jurídica existente entre as partes através de vetores que venham antes da própria lei.

Primeiramente, cumpre-se abordar seguindo a sistemática do Código para que se possa posteriormente tecer considerações a respeito do tema.

3.1 Consumidor

A definição de consumidor está descrita no art. 2º, *caput* do CDC.

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

Considera-se consumidor aquele indivíduo que é destinatário final, isto é, aquele que retira da cadeia de produção produto ou serviço para satisfazer sua vontade ou a de terceiro. A palavra retirar está no sentido de retirar da cadeia de produção sem reintroduzi-lo ou agregá-lo com outro produto com o fim de lucro.

3.2 Fornecedor

Diante os dizeres do art. 3º, *caput* do CDC:

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.

A atividade do fornecedor se pressupõe no ramo empresarial, no sentido geral de ser atividade habitual e voltada a fins lucrativos. Podem-se ter casos de que o fornecedor atue uma vez por ano naquele segmento almejando lucro, desta forma não há problema na caracterização desta pessoa da relação de consumo, porque mesmo ele atuando uma vez todo ano, por exemplo, é considerado habitual. Assim sendo, agregada a esta atividade – ou como chamada é pelo Código de “participação” – é a intenção lucrativa. No entanto, o termo fornecedor é empregado pela doutrina para comerciante e nos dizeres do supracitado artigo faz referência ao fabricante.

De fato, como se demonstra, a ideia de fornecedor ultrapassa o que é trazido pelo art. 966, CC, isto é:

Art. 966. Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

Então o *caput* desse mencionado artigo se refere apenas a empresário como aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens e de serviços. Contudo, este conceito é limitado a vista da defesa dos direitos do consumidor, pois de forma negativa o seu parágrafo único afirma que não é considerado empresário aquele que exerce profissão intelectual, seja de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, sendo ressalvada a presença do elemento de empresa.

Como sobre-estrutura que é, o CDC complementa esta lacuna, dizendo ser fornecedor todo aquele que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços e deste modo “muito embora não sejam empresários, situam-se como fornecedores quando inserem no mercado produtos e serviços”. (ROLLO, 2011, p. 22).

Portanto, trata-se de fornecedor quando este insere no mercado produtos ou serviços, de forma habitual, almejando o levantamento de riqueza ou resultado satisfatoriamente econômico.

3.3 Produto

Art. 3º. [...]

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

“Proveniente do termo latino *productu*, representa aquilo que é produzido pela natureza, ou o que se constitui em resultado de qualquer atividade humana (física ou mental)”, assim é definido por Roberto Norris (1996, p. 36).

A palavra produto, segundo o CDC, está empregada no sentido de resultado de uma produção, ou seja, é o esforço físico ou mental empregado pelo ser humano para se chegar a um resultado economicamente viável capaz de satisfazer a necessidade. Como o conceito de bem é muito amplo, o CDC direciona o seu conceito, para aqueles objetos produzidos pelo esforço humano, colocados em comércio – então se tem a presença do elemento remuneração – para satisfação alheia.

3.4 Serviço

Art. 3º. [...]

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

Serviço é “exercício ou desempenho de qualquer atividade, material ou intelectual, pública ou particular, da qual seja esperado algum proveito”. (SIDOU, 2011, p. 784).

Portanto, extrai-se deste conceito legal que serviço é uma atividade, também colocada em mercado, na qual se almeja satisfação humana, mediante uma contrapartida – a remuneração.

4 MOLDES DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Como dito acima, a Lei 8.078/90 procurou estabelecer a partir de sua criação uma harmonia entre as partes desta relação jurídica. Observa-se com mais clareza que o objeto desta lei foi priorizar o equilíbrio dos envolvidos juridicamente para que se possam ter no mínimo igualdades das tratativas quando do surgimento de eventuais problemas.

A doutrina é muito correta ao apelidar este *codex* de principiologia, visto que a criação dos princípios ficou por conta do próprio legislador. Considera-se um detalhe bem peculiar ao analisar este ponto da matéria porque os operadores do Direito estão acostumados a se depararem com criações doutrinárias que são vivenciadas na prática e que não são tratadas nas leis.

Por razões de impossibilidade, isto é, tentar tratar todos os temas que são concernentes à matéria seria humanamente impossível dentro de uma lei e ao ver seria também desperdício por conta da mutabilidade que o Direito deve ter dentro de uma sociedade. Ora, qual seria o significado de Direito se ele fosse uma coisa imutável? Qual seria a razão de sua existência se ele não evoluísse junto de uma sociedade?

Considerado uma das melhores criações do ordenamento jurídico brasileiro, o CDC tem em seu corpo normativo princípios criados pelo próprio legislador antes de sua entrada em vigor. Este detalhe peculiar é visto ao revés, pois a doutrina procura estabelecer a pacificação de determinados assuntos que a lei não trata e que só poderão ser extraídos conforme a sua vivência prática, resultando em vetores que devem ser seguidos antes de se apontar qualquer indício de jurídico, com bem falado – os princípios.

Os princípios são base de qualquer estrutura normativa, pois sem eles não se teria nenhum tipo de lógica baseada em direitos e garantias. Por isso, não deixando de seguir este caminho, o artigo 4º deste referido Diploma Legal traz princípios que podem variar de número (quantidade) conforme a doutrina; porém dentro dessa sistematização, o citado artigo possui oito incisos e também se enxerga oito princípios, quais sejam:

4.1 Princípio da Vulnerabilidade do Consumidor

É considerado pela doutrina o princípio mais importante das relações de consumo, pois justamente por isso que o consumidor se encontra numa posição mais desvantajosa que o fornecedor. Está abordado no inciso I do art. 4º do CDC – “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”.

O fornecedor é o detentor de tecnologias, ciência avançada e litigante habitual como apresentado anteriormente e o consumidor apenas adquire um bem para satisfação de sua necessidade.

Por esta razão, é necessário equiparar os sujeitos dessa relação de consumo para que em posições igualitárias possam discutir a lide que eventualmente possa se formar no decorrer do tempo.

Marins (1993, p. 38) diz:

É, a vulnerabilidade, qualidade intrínseca, ingênita, peculiar, imanente e indissociável de todos que se colocam na posição de consumidor, em face do conceito legal, pouco importando sua condição social, cultural ou econômica, quer se trate de consumidor-pessoa jurídica ou consumidor-pessoa física.

Ensina a doutrina que a vulnerabilidade não pode ser tomada em comparação com a hipossuficiência de modo que esta representa uma condição individual do consumidor, o qual se encontre atravancado na situação de carência

cultural ou material, ou seja, nunca poderá ser encarada com uma característica objetiva do consumidor.

4.2 Do Dever do Estado

Está previsto nos incisos II, art. 4º do CDC, *in verbis*:

Art. 4º. [...]

I - [...]

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

a) por iniciativa direta;

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

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

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

Chamado também de princípio do dever governamental, o inciso II indica que o Estado como ente superior deve propiciar a organização, portanto atuar com poder de polícia, de mecanismos capazes de proteger o consumidor, seja por iniciativa direta (alínea “a”); por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas (alínea “b”); pela intervenção do Estado no mercado (alínea “c”) ou pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho (alínea “d”).

Neste aspecto ao Estado é transferida confiança da sociedade para que ele promova a regulamentação da vida social e isso está disposto no art. 24, inciso VIII da CF *in verbis*:

Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:

I - [...]

II - [...]

III - [...]

IV –[...]

V –[...]

VI –[...]

VII –[...]

VIII - responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

Juntamente com o dispositivo art. 5º, inciso XXXII, também da CF, o qual diz – “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor” – em atenção ao art. 48 do ADCT, pois logo promulgada a Constituição Federal, já se previa no prazo de cento e vinte dias a elaboração do Código de Defesa do Consumidor.

Atente-se no caso que a CF não limitou a matéria a ser regulada. O Estado deverá regular no que for necessário para garantir a defesa do consumidor, ou seja, mecanismos capazes de buscar com maior eficiência melhores resultados práticos. Então, observa-se o Decreto nº 2.181/97, responsável pela criação do SNDC (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor) e com ele se nota a presença do PROCON; o Decreto nº 6.523/08 regulamentador do SAC (Serviço de Atendimento ao Consumidor); Lei 12.529/11 – lei do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência (SBDC), composto por três órgãos – a Secretaria de Direito Econômico (SDE) do Ministério da Justiça, a Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) do Ministério da Fazenda e o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), autarquia vinculada ao Ministério da Justiça. Ainda se pode citar a Lei 12.291/10 que será abordada logo mais a frente.

4.3 O Abuso

Como o Estado é o responsável pelo zelo e promoção da proteção ao consumidor, o próprio CDC garante sua intervenção, quando necessária, nos casos para coibir e reprimir abusos praticados no mercado de consumo, isto é, através do SNDC (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor), o Estado é legitimado a intervir nessas relações para regula-las para eliminar a concorrência desleal e utilização

indevida de inventos e criações de marcas, nomes comerciais e signos distintivos capazes de causar algum prejuízo aos consumidores, ludibriando-os na boa fé, consoante o inciso VI do CDC.

4.4 Serviço Público

Por fim, sempre deverá o Estado dispor da racionalização do serviço público para que alcance sempre um fim almejado, qual seja a proteção ao consumidor. Ademais, informa inclusive em matéria de Direito Administrativo, o Princípio da Eficiência da Administração Pública, o qual procura melhorar os resultados do serviço público, dispondo da racionalização de recursos.

4.5 Harmonia

Na relação de consumo, a vulnerabilidade do consumidor é presumível a ponto do CDC valorizar a sua nivelção. Incessantemente, observa-se na entre o fornecedor e o consumidor uma disparidade de poderes, facilitando assim divergentes tratativas no consumo. Então por este princípio, abordado no inciso III do art. 4º do CDC, compete ao Estado, através da Política Nacional das Relações do Consumo a:

Art. 4º [...]

I – [...]

II – [...]

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

Com isso, a Lei 8.078/90 coloca em mesmo patamar o consumidor e fornecedor para que em mesmo grau na relação possa seus direitos e deveres atendidos e em caso de eventual lide, recebam o mesmo tratamento.

4.6 Educação

O princípio da educação está não apenas ligado apenas ao direito a informação sobre o produto, mas também sobre seus direito e deveres. Diz o inciso IV do art. 4º do CDC:

Art. 4º [...]

I – [...]

II – [...]

III – [...]

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

A educação deve estar priorizada no mercado de consumo para que o consumidor tenha ideia de como proceder na realização de requisição para sanar uma problemática existente, seja ela, por exemplo, pelo fato do produto.

4.7 Qualidade

Disposto no inciso V do art. 4º do CDC

Art. 4º [...]

I – [...]

II – [...]

III – [...]

IV – [...]

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

Por este princípio, o Estado deve promover o incentivo por meios de controle de qualidade e durabilidade dos produtos ou serviços. É, contudo, garantir durabilidade e confiabilidade aos produtos e serviços colocados no mercado de consumo para que, atendendo a sua destinação, sejam aptos a satisfazer as necessidades do consumidor. Nota-se então a existência de órgãos reguladores de qualidade como, por exemplo, o INMETRO e grupo de normas técnicas como ISO 9000 e 9001.

4.8 Mercado

Art. 4º [...]

I – [...]

II – [...]

III – [...]

IV – [...]

V – [...]

VI – [...]

VII – [...]

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Este princípio indica o constante estudo que se deve ter das modificações do mercado para adequar às necessidades de consumo, isto é, aquela gama apresentada no início deste trabalho, no qual a sociedade está em constante evolução e por isso o Direito deve acompanhá-la, trazendo assim soluções para a pacificação social.

5 NOTAS À LEI 12.291/2010 À LUZ DO PRINCÍPIO DA EDUCAÇÃO

Não se poderia apenas tecer elogios à referida legislação sem que se pudesse abordar a parte negativa que as criações tentaram acompanhar ao longo do tempo o dinamismo social. Como exposto, o princípio da educação não é só o conhecimento das informações do produto e sim o conhecimento do consumidor e do fornecedor de seus direitos e deveres.

No ano de 2010 foi editada a Lei 12.291 que tornou obrigatório o Código de Defesa do Consumidor em estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços.

Sendo uma lei curtíssima, seus dois artigos impuseram de forma drástica a adoção de critério desproporcional ao sentir da realidade, sejam eles:

Art. 1º São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I - multa no montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos);

II – VETADO;

III - VETADO

A razão da criação de uma lei insensata como esta simplesmente não existe. Convenha-se que foi uma criação totalmente desnecessária, pois a educação do consumidor é bem mais do que disponibilizar um exemplar do CDC em todos os estabelecimentos comerciais.

Diante da realidade tributária do país, apesar da busca da harmonização da relação consumerista que o CDC preza em estabelecer, a parte que mais sofre é a dos fornecedores comerciantes; pois além de ter que arcar com a elevada carga tributária, por um descuido poderá sofrer sanção imposta pelo art. 2º desta lei.

Há de se abordar que o absurdo desta lei não poderia ser maior se não fosse o veto dos dois incisos subsequentes, os quais, por razões demonstradas através da mensagem nº 420 de 20 de julho de 2010 da Subchefia de Assuntos Jurídicos da Casa Civil, extirparam de seu corpo normativo. Abaixo seguem:

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I – [...]

II – suspensão temporária da atividade; e

III – cassação da licença do estabelecimento

Nota-se que há disparidade entre a realidade que a lei tentou regular e a realidade que atualmente se vive no Brasil. Tratando de um país onde há diferença social, privilégio de algumas classes sociais entre outros assuntos atinentes a um país subdesenvolvido, a atividade terciária, isto é, o comércio, é meio de sobrevivência de muitos brasileiros. Não só para aqueles que andam dentro das imposições legais como também àqueles que tentam de alguma forma sobreviver no meio delas.

Aquele pequeno comerciante que lida dia-dia com diversos acontecimentos do mercado está mais vulnerável sempre a maiores riscos do negócio em relação ao grande comerciante que é mais estruturado. Obviamente que há exceções, pois até o menor comerciante pode ser mais organizado do que aqueles que estão anos no mercado. Enfim, o legislador quis trazer para realidade brasileira com esta lei uma sanção ao descumprimento de uma imposição que, apesar de ser exigido, não prospera. São exigidos por conta do princípio da educação (art. 4º, inc. IV do CDC), porém não prospera porque um dos grandes violões de um país de quem dimensões continentais é a chama fiscalização.

Claramente, foi uma criação totalmente desnecessária, pois é notório no Brasil que a população não tem hábito de leitura e não adentrando no mérito da educação em si, os termos trazidos no CDC só poderiam ser entendidos por aqueles que cursaram uma faculdade de Ciências Jurídicas. Ora, então para que serviria esta manutenção do exemplar em estabelecimento comercial se a sociedade não tem

interesse em leitura? Ainda, o comerciante corre o risco de ser autuado no montante de R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos) por uma coisa sem importância.

Surge então outro questionamento: é através disso que o Estado entende estar promovendo o direito do consumidor?

Mais uma vez se diz que foi uma criação inútil, pois há tantos outros caminhos para se educar o consumidor de seus direitos que entregando ao fornecedor este encargo não se resolveria nada. Precisaria adaptar a condição ao meio.

Ter conhecimento dos direitos e deveres de ambas as partes é fundamental no âmbito consumerista, pois a partir disso é que se visa a mitigação dos problemas encontrados muitas vezes pela ignorância do consumidor em relação aos seus direitos e deveres. Por ser a parte considerada vulnerável pelo Código e para a solução dos problemas que eventualmente poderão ocorrer na relação de consumo, o Estado deve atender a exigência legal para promoção de tais direitos.

6 CONCLUSÃO

Sendo considerada uma das melhores criações do ordenamento jurídico brasileiro pela doutrina, o CDC representou um grande avanço para as relações jurídicas, tendo em vista que antes de sua vigência a regulamentação de eventuais problemas decorrentes da relação de consumo era pela via do Direito Civil, recorria-se exclusivamente aos arts. 186 e 927 do Código Civil.

Com sua entrada em vigor, houve a clara divisão entre as partes representando disparidade entre fabricante e consumidor, onde um possui mais vantagens em relação ao outro. Por conta do domínio de técnicas, ciências e litigância habitual, o fabricante tem mais preparo do que o consumidor, sendo que este não domina técnica ou ciência alguma.

Em vista da satisfação das necessidades pessoais do consumidor, a referida lei criou um minissistema jurídico dotado de regras próprias capazes de regulamentar a relação de consumo. Segundo a doutrina esse minissistema jurídico é uma sobre-estrutura de direito que se aplica quando das relações de consumo emanar tal situação.

Primeiramente esta lei, dotada de princípios, destacou um considerado importante – o princípio do equilíbrio – no qual coloca os sujeitos da relação no mesmo patamar e poderá ser tratar eventuais prejuízos em atenção ao critério de igualdade. Os demais princípios – vulnerabilidade; dever do Estado; abuso; serviço público; harmonia; educação; qualidade e mercado – foram estabelecidos pelo próprio Código para que a relação de consumo seja delimitada quanto a sua matéria de atuação, regulando no que for relação de consumo.

Vale lembrar que sendo uma sobre-estrutura, o próprio apelido dado pela doutrina reporta a ideia de que primeiramente se tem uma relação contratual estabelecida. Contudo, quando desta relação contratual ficar identificado que a natureza da situação é concernente as regras do Código de Defesa do Consumidor, aplicar-se-á estas em relação aquelas. Considera-se, portanto, que a Lei 8.078/90 é lei especial e pelo princípio da especialidade deverá ser aplicado em relação a lei geral (Código Civil).

Visto que a sociedade é dinâmica e o Direito deve acompanhá-la no desenvolvimento de várias situações antes inexistentes, a criação de regulamentos em relação ao que são agregadas ao CDC nas últimas décadas tiveram um espantoso crescimento. Porém, há de se destacar que dentro de um ordenamento jurídico como o do Brasil, algumas falhas são visíveis, como é o caso da recente Lei 12.291/10 que impôs aos comerciantes a manutenção de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor em seus estabelecimentos comerciais, visando a corresponder ao princípio da educação.

Bem se diga que esta lei só acumulou divergências, seja por conta da multa que seu artigo 2º regulamenta seja pelo descaso por parte do Estado em querer dizer com a criação insensata desta lei que está promovendo, dentro de seu dever, a defesa dos direitos do consumidor. Diante disso, a diferença da realidade que o legislador almejou é diferente da realidade que o país vive e querer impor esta disposição no ordenamento jurídico é desperdício de recursos que o próprio Estado, na sua grandiosidade, pode proporcionar à sociedade visto que a administração do serviço público deve obedecer também aos critérios de eficiência de sua atuação.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>.

BRASIL. **Código Civil – Lei 10.406/02**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/L10406.htm>.

BRASIL. **Código Civil – Lei 3.071/16**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L3071.htm>.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor – Lei 8.078/90**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>.

BRASIL. **Lei 12.291/10**. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12291.htm>.

BRASIL. **Mensagem n.º 420. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Casa Civil**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Msg/VEP-420-10.htm>.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de Responsabilidade Civil**. 7ª ed., rev., e ampl. São Paulo: Atlas, 2007.

DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos autores do anteprojeto**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

DIAS, José de Aguiar. **Da Responsabilidade Civil**. 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1979. v. 7.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro**. 21ª ed. rev., e aum. São Paulo: Saraiva, 2007. v. 7.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade Civil**. 11ª ed., rev. São Paulo: São Paulo: Saraiva, 2009. 1042 p.

OLIVEIRA, Daniele Ulguim. **Pressupostos da Responsabilidade Civil**. Disponível em:<<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/pressupostos-da-responsabilidade-civil/26381/>>. Acesso em: 08 ago. 2012.

GAGLIANO, Pablo Stolze; FILHO, Rodolfo Pamplona. **Novo Curso de Direito Civil: responsabilidade civil**. 8ª ed., rev., e atual. São Paulo: Saraiva, 2010.

LÔBO, Paulo Luiz Netto. **Responsabilidade por Vício do Produto ou do Serviço**. 1ª ed. Brasília: Brasília Jurídica, 1996.

MARINS, James. **Responsabilidade da Empresa pelo Fato do Produto: os acidentes de consumo no código de proteção e defesa do consumidor.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. v. 5.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** 3ª ed., rev., ampl., e atual. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: novo regime das relações contratuais.** 4ª ed. rev., atual., e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002. v. 1.

MARTINS, Sergio Pinto. **Direito do Trabalho.** 26ª ed. atual. São Paulo: Atlas, 2010.

MIGUEL, Frederico de Ávila. **Responsabilidade Civil: evolução e apanhado histórico. a problemática da efetiva reparação do dano suportado pela vítima em razão da culpa como pressuposto.** Disponível em: <<http://sisnet.aduaneiras.com.br/lex/doutrinas/arquivos/280207.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2012.

NORRIS, Roberto. **Responsabilidade Civil do Fabricante pelo Fato do Produto.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1996.

PELUSO, Cezar (Coord.). **Código Civil Comentado: doutrina e jurisprudência.** 5ª ed. rev. e atual. São Paulo: Manole, 2011.

ROLLO, Arthur Luis Mendonça. **Responsabilidade Civil e Práticas Abusivas nas Relações de Consumo: dano moral e *punitive damages* nas relações de consumo; distinções inconstitucionais entre consumidores.** São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Ozéias J. **Prática Forense e Administrativa do Código de Defesa do Consumidor.** 7ª ed. São Paulo: Vale do Mogi, 2009.

SIDOU, J. M. Othon. **Dicionário Jurídico: academia brasileira de letras jurídicas.** 7ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.

STOCCO, Rui. **Responsabilidade Civil e sua Interpretação Jurisprudencial.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1999.

TEPEDINO, Gustavo. Notas sobre o nexo de causalidade. **Revista Jurídica**. Rio de Janeiro, jun. 2002, Seção Doutrina Civil.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil**: responsabilidade civil. 10^a ed. São Paulo: Atlas, 2010. v. 4.