

CDC é complemento ao microsistema de processos coletivos

07/01/2024

Desembargador aposentado do Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) e membro da comissão que elaborou o anteprojeto do CDC (Código de Defesa do Consumidor), o professor e advogado Kazuo Watanabe destacou que o código é reconhecido por seu conteúdo principiológico, isto é, “como estatuto que contém princípios tutelares abrangentes, e não normas específicas voltadas a fatos típicos”.

Na sua avaliação, a lei vem cumprindo adequadamente a função de proteger os consumidores, ainda que, em razão do tempo decorrido, tenha precisado de atualizações — como as que disciplinaram o comércio eletrônico e trataram do superendividamento (Lei 14.181/2021).

O professor também ressaltou que o CDC complementou o sistema brasileiro de processos coletivos — o qual, até então, contava apenas com a ação popular e a Lei da Ação Civil Pública (Lei 7.347/1985), que tutela interesses difusos. “O Código de Defesa do Consumidor, além de dispor sobre os aspectos faltantes na lei de 1985, como a disciplina da competência, da coisa julgada, das espécies de provimentos, criou e disciplinou mais duas espécies de ação coletiva: a que tutela os interesses coletivos *stricto sensu* e a que tutela os interesses individuais homogêneos”, explicou.

Cidadania instrumental do consumidor

Para Dennis Verbicaro, procurador do Estado do Pará, doutor e professor de direito do consumidor, a identidade coletiva como consumidor permite a ocupação de mais espaços políticos de deliberação, o que influi diretamente no aprimoramento dos deveres éticos do fornecedor. “É o que chamo de cidadania instrumental do consumidor, ou seja, a cidadania emerge da identidade política comum de todos nós, que nos impõe o dever de participar desse diálogo com os agentes econômicos do mercado, sob a mediação do Estado e em prol da harmonia das relações de consumo”, declarou.



Leia também

Veja o impacto dos precedentes do STJ nas relações de consumo

Código do Consumidor ampliou campo de incidência da responsabilidade

Segundo o procurador, essa nova perspectiva de grupo ou de coletividade de consumidores tem uma capacidade muito maior de transformar a realidade: “Essa rede solidária de influência e articulação política impõe aos empresários a mudança de comportamento, seja voluntariamente — sob a forma de *marketing* de aproximação —, seja coercitivamente — pela sujeição jurídica às normas administrativas, civis e penais de proteção ao consumidor, cuja exigibilidade é garantida pela atenta e oportuna atuação cívica da sociedade e pela fiscalização diligente do Estado”.

Quem pode ser considerado consumidor

Estendendo a ideia de consumidor para muito além do adquirente de bens ou serviços, o artigo 17 do CDC prevê a figura do consumidor por equiparação (*bystander*): também goza da proteção da lei aquele que, mesmo sem participar diretamente da relação de consumo, sofre as consequências do acidente de consumo, decorrente de defeito exterior que ultrapassa o objeto do produto ou do serviço e põe em risco sua segurança física ou psíquica.

“Na hipótese de danos individuais decorrentes do exercício de atividade empresarial destinada à fabricação de produtos ou à prestação de serviços, é possível, em virtude da caracterização do acidente de consumo, o reconhecimento da figura do consumidor por equiparação, o que atrai a incidência das disposições do CDC”, disse a ministra Nancy Andrighi.



A ministra relatou o [REsp 2.018.386](#), no qual a 2ª Seção estabeleceu que as vítimas de supostos danos decorrentes da exploração de uma usina hidrelétrica podem ser consideradas consumidoras por equiparação. Elas alegaram que a produção de energia elétrica no complexo de Pedra do Cavalo (BA) causou danos materiais e morais em razão do impacto na sua atividade pesqueira e de mariscagem.

O colegiado, no julgamento do CC 143.204, em hipótese envolvendo derramamento de óleo, também considerou que os pescadores artesanais prejudicados eram vítimas de acidente de consumo, motivo pelo qual estaria caracterizada a figura do consumidor por equiparação e justificada a incidência do CDC.

Limites da publicidade no CDC

Uma das decisões mais impactantes do STJ na interpretação do CDC foi o primeiro precedente em que se considerou abusiva a publicidade de alimentos dirigida direta ou indiretamente ao público infantil. O julgamento ocorreu em 2016 na Segunda Turma ([REsp 1.558.086](#)).

Para o relator do recurso, ministro Humberto Martins, a decisão sobre compra e consumo de gêneros alimentícios, sobretudo em época de crise de obesidade, deve caber aos pais, não às crianças. “Daí a ilegalidade, por abusivas, de campanhas publicitárias de fundo comercial que utilizem ou manipulem o universo lúdico infantil ([artigo 37, parágrafo 2º, do CDC](#))”, afirmou à época.

Da mesma forma, o tribunal tem vários outros entendimentos sobre os [limites da publicidade diante dos direitos do consumidor](#) — entre eles, o que considerou enganosa, capaz de induzir em erro o consumidor, a mensagem que consta em letras minúsculas nas informações contratuais ([REsp 1.599.423](#)). *Com informações da assessoria do STJ.*

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2024-jan-07/cdc-e-complemento-ao-microsistema-de-processos-coletivos/>