

## Tutela Preventiva e Reparatória dos Interesses Sociais

Paulo Antonio Locatelli\*

### I. NOÇÕES GERAIS

O direito deve ser visto como instrumento de cidadania. Cabe ao aplicador viabilizar o seu exercício. Um consumidor desamparado na defesa de seus interesses não é um cidadão, é um indivíduo.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990) é um verdadeiro microsistema de direitos das relações de consumo. Estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, (1) nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, e 170, inciso V, da Constituição Federal, esclarecendo respectivamente que "impõe-se ao Estado promover, na forma da lei, a defesa do consumidor" e que trata da "ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa", tendo por fim "assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social", e desde que observados determinados princípios fundamentais, entre eles, encontramos a defesa do consumidor.

O Código tem caráter principiológico, fato importantíssimo, pois, ao contrário das regras ou normas que tendem a se excluírem quando antagônicas, os princípios são perenes. Estes convivem no mesmo sistema. São princípios previstos no Código: igualdade, liberdade, boa-fé objetiva, vulnerabilidade, repressão eficiente aos abusos e harmonia do mercado de consumo.

A Lei 8.078/90 visa regular a relação de consumo que envolve duas partes bem definidas, o consumidor e o produtor/fornecedor, e destina-se à satisfação de uma necessidade privada do consumidor por este não dispor, por si só, de controle sobre a produção de bens de consumo ou prestação de serviços que lhe são destinados, submetendo-se ao poder e condições dos produtores. Considera-se o consumidor como vulnerável.

A relação de consumo trata de produtos e serviços. Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.(2) 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.(3)

## II. SUJEITOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Pelo caráter econômico adotado pelo Código, é considerado consumidor toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Pressupõe-se que age com vistas ao atendimento de necessidades próprias e não para o desenvolvimento de outra atividade negocial.

Poder-se-ia questionar a presença da pessoa jurídica como consumidora, já que, em regra, o empresário é o titular de bens de produção e serviços. Porém, duas características devem coexistir para tal fim. A primeira, é que a pessoa jurídica seja tão vulnerável quanto o consumidor individualmente considerado. A segunda, é que seja destinatária final dos produtos e serviços que adquire, e não como insumos necessários ao desempenho de sua atividade lucrativa.(4)

Mas o Código vai além ao definir o consumidor, equiparando-o a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que tenham intervindo nas relações de consumo. É a universalidade, conjunto de consumidores de produtos ou serviços, ou mesmo um grupo, classe ou categoria deles.(5)

Equiparam-se ainda como consumidores, quando se trata de responsabilidade pelos danos causados por vícios de qualidade dos bens ou dos serviços, todas as vítimas do evento, ou seja, terceiros estranhos à relação jurídica de consumo. São os denominados bystanders, que sofreram prejuízos em razão de defeitos intrínsecos ou extrínsecos do produto ou serviço.(6)

Por fim, no art. 29, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas previstas no Capítulo V, que trata das práticas comerciais.

Assim, o consumidor pode ser visto concretamente ou abstratamente. Na primeira hipótese deve haver ou estar na iminência de existir aquisição ou utilização. Na segunda, basta a simples exposição à prática, mesmo que não se possa identificar um consumidor em vias de adquirir ou utilizar produto ou serviço, como ocorre, por exemplo, na publicidade.

Ressalte-se que o consumidor não possui somente direitos, tem deveres, como o da pesquisa de preços e informação sobre o que vai adquirir.

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

Quando alude ao fornecedor, o Código pretende, no seu art. 3º, alcançar todos os partícipes do ciclo produtivo-distributivo, com a característica principal da habitualidade.

Percebe-se, então, que alguns atos de comércio não caracterizam relação de consumo para efeito do Código. Isso vale para entidades associativas, condomínios, clubes de lazer, pois o fim ou objetivo social é deliberado pelos próprios interessados.

### III. SERVIÇOS PÚBLICOS

A responsabilidade do prestador de serviços não envolve somente as empresas privadas, mas se estende essa responsabilidade aos órgãos públicos,<sup>(7)</sup> aos entes administrativos centralizados ou descentralizados.

Além da União, Estados, Municípios e Distrito Federal, envolvendo suas respectivas autarquias, fundações, sociedades de economia mista, empresas públicas, inclusive as concessionárias e permissionárias de serviços públicos, ou seja, todas as entidades consideradas prestadoras de serviços públicos são obrigadas a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos. Por contínuo, entenda-se que deve ser prestado a todos, indistintamente e de forma ininterrupta.

A essencialidade, embora à primeira vista pareça ser, na realidade não é a melhor opção para classificar o serviço público como amparado pelo Código ou não, em face da dificuldade de gradação. Podemos afirmar que todos os serviços públicos relativos à segurança, saúde e educação são essenciais (ut universi). Os serviços de comunicação telefônica, fornecimento de energia elétrica e água ou coleta de lixo domiciliar,<sup>(8)</sup> podem ser sustentados como tal, desde que considerados imprescindíveis para o cidadão usufruir de uma vida digna e saudável.

Quanto à continuidade dos serviços apesar da inadimplência, a questão é conflitante, existindo divergências na jurisprudência sobre a matéria.

Exige-se a continuidade naquilo que é essencial<sup>(9)</sup> e incide imposto, taxa (no sentido de tributo). Assim, mesmo não havendo o pagamento deve-se continuar prestando o serviço.

Já o serviço que for prestado mediante a remuneração por tarifa ("taxa") ou preço público, no caso de inadimplência, comunicado com antecedência ao usuário, pode vir a ser cortado. Essa última relação é abrangida pelo Código e a matéria é conflitante.

Já decidiu nosso Tribunal de Justiça que o fornecimento de água, por se tratar de serviço público fundamental, essencial e vital para o ser humano, não pode ser suspenso pelo atraso no pagamento das respectivas tarifas, já que o Poder Público dispõe dos meios cabíveis para a cobrança dos débitos dos usuários. Ademais, se os serviços públicos são prestados em prol de toda a coletividade, é medida ilegal sua negação a um consumidor, tão-somente pelo atraso no seu pagamento. Porém, tal afirmação pode ir contra dispositivos infraconstitucionais que permitem a suspensão do fornecimento pelo atraso ou falta de pagamento, havendo legitimidade para a interrupção.

No que concerne ao pedágio, existindo a possibilidade do usuário optar por outra via de acesso ao local desejado, sem obrigar-se a locomover-se pela rodovia em que ocorre a

cobrança,(10) caracterizada estará a relação de consumo, uma vez que trata-se de preço público pelo uso da via. O consumidor pode escolher entre utilizar a rodovia que cobra pedágio ou aquela que não existe a cobrança, levando em consideração o preço a ser gasto, a qualidade da estrada e a segurança oferecida. Contudo, não havendo a possibilidade de opção, obrigando-se a utilizar a via com encargo financeiro,(11) trata-se de tributo, mais especificamente de uma taxa. Assim, não está caracterizada relação de consumo, pois o usuário não será um consumidor, mas um contribuinte.

#### IV. RESPONSABILIDADE DO FORNECEDOR POR DANOS

O esquema clássico da responsabilidade civil por danos está sujeito ao temperamento do art. 159 do Código Civil, configurando a responsabilidade no sentido subjetivo. O dano somente é indenizável quando o agente age com negligência ou imprudência. Somente responsabiliza se houver uma conduta culpável.

O Código distingue dois modelos de responsabilidade: por vícios de qualidade ou quantidade dos produtos ou serviços e por danos causados aos consumidores, ditos acidentes de consumo.

No âmbito das relações de consumo, acolheu-se a responsabilidade objetiva, A COISA FALA POR SI, denominando-se responsabilidade pelo fato (12) e a responsabilidade pelo vício do produto e do serviço,(13) não interessando a investigação da conduta do fornecedor, mas tão-somente se deu causa (responsabilidade causal), responsabilizando-se pela colocação no mercado, e decorre da exteriorização de um vício de qualidade, de um defeito capaz de frustrar a legítima expectativa do consumidor quanto à sua utilização ou fruição, seja pela falta de adequação, pela insegurança ou periculosidade.

Percebe-se que o Código, ao relacionar os fornecedores que serão responsáveis pelo dano causado, ao contrário da responsabilidade pelo vício intrínseco do produto ou serviço que inclui todos, naquela hipótese, exclui a figura do comerciante, num primeiro momento. No entanto, no artigo seguinte, esclarece que este será igualmente responsável quando os demais fornecedores não puderem ser identificados, o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador, e ainda se o comerciante não conservar adequadamente os produtos perecíveis.(14)

Apesar da responsabilidade ser objetiva, devem estar presentes três pressupostos: defeito do produto ou do serviço, evento danoso e relação de causalidade entre o defeito e o *eventus damni*.

A reparação deve ser dos danos patrimoniais e extrapatrimoniais, dentre eles os danos morais, que são lesões sofridas por alguém, em componentes básicos de sua personalidade (no início era só a dor como sofrimento físico) por fato antijurídico de outrem. São morais os danos experimentados por algum titular de direito, seja pessoal (15) ou social,(16) por força de ações ou omissões injustas.

Os interesses que desencadeiam um dano não-patrimonial são infungíveis, não podem ser reintegrados. Mas é possível contrabalançar o dano, compensá-lo mediante satisfações

derivadas da utilização do dinheiro. Não se trata de atribuir ao lesado um preço da dor ou um preço de sangue, mas lhe proporcionar satisfação. A fixação do quantum debeatur deve ter dupla função, compensatória para o interessado e punitiva para o ofensor.

Toda e qualquer relação de consumo, por ser cumulável, além do dano patrimonial, pode eclodir dano de natureza moral, individual, ou coletivamente e ser tratado dessa forma, até mesmo na fixação da indenização, quando então reverterá a toda a coletividade.(17)

Pode também ocorrer tão-somente o dano moral, sem a necessidade de um prejuízo patrimonial.(18)

Saliente-se que a responsabilidade civil do profissional liberal não é objetiva, devendo ser comprovada a culpa de profissionais como médicos ou advogados.

## V. OFERTA PUBLICITÁRIA

Além do defeito do produto pode ocorrer que, às vezes, o produto não ostente vício de qualidade, mas é fornecido com informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos,(19) ocasionando dano ao consumidor ou a terceiros, implicando a obrigação de indenizar.

Assim, o vício de informação também pode ocasionar acidente de consumo e, conseqüentemente, o dever de indenizar, o mesmo valendo para a publicidade que peca pela falta de clareza e precisão ou é enganosa ou abusiva.

Assim, temos que a oferta publicitária é o oferecimento de produtos ou serviços pelas formas de comunicação.

Oferta e marketing são submetidas a certos princípios. O primeiro é o da vinculação, pois toda informação ou publicidade veiculada em qualquer meio de comunicação, com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor a que fizer veicular ou dela se utiliza e integra o contrato que vier a ser celebrado.(20) É a regra: OFERECEU-CUMPRIU. A publicidade é tratada como se fosse um compromisso de venda, unilateral é claro, pois o consumidor ao receber ou tomar ciência da publicidade não se obriga a adquirir ou usufruir produto ou serviço. O fornecedor assume o compromisso, um pré-contrato, devendo cumprir com o que fora ofertado.

Com o princípio da vinculação contratual da publicidade, o consumidor pode exigir do fornecedor o cumprimento do conteúdo da comunicação publicitária.

É necessária a precisão da informação para vincular o fornecedor. O simples exagero (puffing), em regra, não obriga o fornecedor, como, por exemplo, expressões exageradas como "o melhor sabor", "o maravilhoso", "o mais bonito". Porém, quando o fornecedor afirma ter "o melhor preço da Capital" ou "a garantia mais completa",(21) estas expressões podem ganhar precisão e vincular o fornecedor.

Vigora ainda os princípios da transparência, veracidade, sobriedade e identificação, pois a publicidade deve ter imediata e fácil identificação, além de conter informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre as características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados.

Se o fornecedor recusar-se a cumprir sua oferta ou publicidade, ou não tiver condições para tanto, o consumidor pode escolher o cumprimento forçado da obrigação e a aceitação de outro bem de consumo. Caso firmou o contrato sem esgotar o conteúdo oferecido, pode exigir a rescisão, com restituição do já pago, mais perdas e danos.

A identificação é princípio inafastável. A publicidade só é lícita quando o consumidor puder identificá-la. Há várias formas de oferta, umas consideradas como publicidade subliminar, onde a instigação é feita de forma sutil ao consumidor, mas remotamente há a identificação, como por exemplo:

Carona: são as veiculadas durante jogos de futebol ou corridas de automóveis e encontram-se afixadas na circunferência do campo ou em outdoors espalhados pelo circuito.

Merchandising: encontra-se inserida num contexto artístico, em filmes, novelas, seriados.(22)

Teaser: peça onde não há identificação do produto ou serviço nem de quem o anuncia, porém não chega a ferir o princípio uma vez que se trata apenas de um chamado, já que, em breve, será anunciado o objeto da publicidade e quem são os anunciantes.(23)

Nesses casos, a publicidade é sutil, mas é assimilada conscientemente pelo consumidor em potencial. Porém, existem outras hipóteses, onde o consumidor não percebe que está sendo alvo de comunicação publicitária. São as reportagens, os relatos científicos, os informes econômicos, verdadeiras comunicações publicitárias transvestidas de informação editorial, objetiva e desinteressada, que deveriam merecer maior fiscalização.

Matéria jornalística que contém incidentalmente cunho publicitário. Por exemplo, uma reportagem sobre região turística privilegiando determinado hotel local, mostrando suas instalações, preços, comida. Não raras vezes o meio de comunicação que veicula a matéria possui sociedade na empresa que comercializa o produto ou presta o serviço.

Fato jornalístico que, por sua importância e ineditismo, é capaz de despertar o interesse ou atenção dos receptores da informação.

Opinião jornalística, ao contrário da imagem que trata o fato, é um juízo de valor acerca deste.

Há ainda a mensagem publicitária, onde se indica os dados identificadores do produto ou serviço, o estabelecimento comercial, industrial ou profissional, patrocinado pelo anunciante. Pode haver, por exemplo, publicidade institucional versando tão-somente sobre

a empresa sem mencionar produto ou serviço, a fim de melhorar a imagem no mercado ou conseguir sócios.

O veículo de comunicação poderá ser responsabilizado civilmente por eventuais danos causados aos consumidores em decorrência do erro de divulgação da oferta, nos termos do art. 14, como também criminalmente, por infringir o disposto no art. 67.

A publicidade compreendida como ilícita divide-se em enganosa, abusiva e perigosa.

A publicidade enganosa está prevista no § 1º do art. 37 e caracteriza-se pela informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade,<sup>(24)</sup> propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.<sup>(25)</sup>

Considera-se enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

A publicidade abusiva consta do § 2º do mencionado artigo, e considera-se abusiva, entre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza,<sup>(26)</sup> a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança <sup>(27)</sup>, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Publicidade perigosa, embora se encontre definida no corpo do art. 37, § 2º, como forma de abusividade, merece destaque especial, mormente a criação de tipo penal específico, qual seja, o art. 68. Além do que, conforme o crime previsto no art. 67, fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva, a pena é de detenção de três meses a um ano e multa, ao passo que o delito previsto no art. 68 fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança, a pena também é de detenção, mas de seis meses a dois anos e multa.

Assim, o Código trata o bem jurídico maior, a vida (saúde e segurança), de maneira diferenciada, e com razão, posto que, quando a publicidade a atinge abusivamente, é tratada com mais severidade. Recentes publicidades de veículos promovem os sistemas de segurança, freios, air bag, ao invés da potência e da velocidade.

Apresentação de produtos ou serviços diz respeito aos invólucros, rótulos, embalagens, que também devem obedecer aos princípios previstos para a publicidade, pois não deixam de ser uma forma de marketing e informação do produto ou serviço. Pelo rótulo ou embalagem existe a comunicação entre o fabricante, o distribuidor ou o vendedor e o consumidor, portanto, passível de transmitir informações enganosas ou abusivas.

Quanto à embalagem, deve-se distinguir dois aspectos: o design e a sua decoração. Cita-se como exemplo desse último as embalagens de leite, nas quais devem constar a expressão

"Este produto não deve ser usado como única alimentação do lactente", como também é vedado pela Resolução 31/92, do Conselho Nacional de Saúde, que as embalagens de mamadeiras contenham figuras humanas de bebês, frutas ou objetos com forma humana, e que recomendem o uso como sendo ideal para alimentação do lactente, pois isso incentiva a amamentação através de mamadeira, fato desaconselhável para crianças de até 6 meses, ou seja, é abusivo.

Há enganabilidade na rotulagem que induz o consumidor a crer que se trata de um produto natural, quando, na verdade, é artificial, ou ainda, afirmar falsamente que é diet.

Quanto ao design, que diz respeito ao tamanho e forma, é enganoso sugerir através de forma especial que o recipiente contém mais produto do que realmente tem.

## VI. PRÁTICAS ABUSIVAS

As práticas abusivas estão previstas no art. 39 do Código e são meramente exemplificativas, assim como as do Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997, denominadas não de abusivas mas de infrativas, que também devem ser afastadas da relação de consumo, sob pena de o fornecedor sofrer sanções administrativas previstas no mencionado Decreto e no Código, em seu art. 56.

São consideradas abusivas as práticas em que o fornecedor condiciona a entrega de produto ou de serviço ao fornecimento de outros, ou ainda, limita a quantidade sem justa causa. Não pode ainda recusar-se a atender à demanda se há disponibilidade de estoque, em conformidade com os usos e costumes.(28)

É abusiva a costumeira prática de enviar ou entregar produto ao consumidor sem a sua solicitação prévia ou fornecer qualquer serviço, como era comum ocorrer com administradoras de cartão de crédito, sendo que no caso de amostras grátis inexistente a obrigação de pagamento. É vedado ao fornecedor prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, seja pela idade, saúde, conhecimentos ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

É abusivo executar serviço sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, assim como colocar no mercado qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas técnicas.

Veda-se a elevação de preço sem justa causa. É abusivo o fornecedor deixar de fixar prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação do termo inicial a seu exclusivo critério, como ocorre em alguns contratos para construção de apartamentos.

Na cobrança de dívidas, além de não poder expor o consumidor a ridículo, constrangê-lo ou ameaçá-lo, se pagou quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso.(29)



Quanto aos bancos de dados e cadastros de consumidores, a sua abertura fica condicionada a comunicação prévia por escrito ao consumidor, quando não foi por ele solicitado. Assim, para incluir o nome do inadimplente no SPC, SERASA ou outro órgão de proteção ao crédito, tais órgãos deverão previamente comunicar o consumidor acerca da dívida e que o não-pagamento implicará a inclusão de seu nome no banco de dados e cadastros.

## VII. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente, poderão baixar as normas que se fizerem necessárias, relativas à aplicação de sanções administrativas nas suas respectivas áreas de atuação, buscando o bem-estar do consumidor frente ao mercado de consumo.

Além dos acima mencionados, também os Municípios poderão, através de seus órgãos, fiscalizar e controlar o mercado, aplicando sanções administrativas sem prejuízo das de natureza civil, penal e nas definidas em normas específicas, aos infratores das normas de defesa do consumidor.(30)

As sanções previstas no art. 56 serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, o que implica dizer que o Procon municipal poderá aplicar as sanções cabíveis, inclusive cumulativamente, antes ou durante a tramitação do processo administrativo.

Além do disposto no artigo acima, o Decreto nº 2.181/97 dispõe em seu Capítulo III sobre a Fiscalização, Práticas Infrativas e das Penalidades Administrativas, afirmando que tais serviços serão efetuados em todo o território nacional pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, por meio do DPDC, pelos órgãos federais integrantes do SNDC, 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.

O Decreto traz ainda as penalidades administrativas que poderão ser aplicadas, bem como traça o procedimento administrativo a ser obedecido.

Para regular a matéria, vigora no Estado de Santa Catarina a Portaria nº 180, da Secretaria de Estado de Cidadania e Justiça.

No que concerne aos fundos de proteção e de defesa do consumidor, existem os fundos nacional, estadual e municipais, que poderão ser criados em lei própria ou conjuntamente com a criação do Procon, quando então as multas aplicadas no município permanecerão no local. Reverterão para o fundo não só as multas provenientes das sanções administrativas, mas também aquelas oriundas de execução de termos de compromisso de ajustamento de condutas descumpridos, ou ainda, de liminares ou decisões descumpridas, e que impliquem o pagamento de multa pela desobediência.

Em se tratando de multa, vigora em nosso Estado a Portaria nº 181 da Secretaria de Estado da Cidadania e Justiça, que estabelece os critérios e valores para a aplicação desta espécie de sanção administrativa.

## VIII. PROTEÇÃO CONTRATUAL

O Código estabelece que são nulas de pleno direito as cláusulas abusivas, descrevendo no art. 51 algumas hipóteses, não sendo a relação taxativa.

A proteção contratual se inicia já na oferta publicitária (pré-contrato), que vincula o fornecedor/ofertante, obrigando-o a cumprir com o anunciado.

Os contratos não obrigarão os consumidores se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo ou se for redigido de modo a dificultar a compreensão do sentido e do alcance. Pode-se desistir do contrato até sete dias contados da assinatura dele ou do recebimento do produto ou serviço sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio, sendo os valores devolvidos imediatamente e monetariamente corrigidos.

Por outro lado, as cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor não só quando houver dúvida ou ambiguidade.

Dispõe o art. 51, § 4º, do CDC, que "é facultado a qualquer consumidor ou entidade que o represente requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste Código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes".<sup>(31)</sup>

## IX. INVERSÃO DO ÔNUS DA PROVA

Em todas as hipóteses, o consumidor que é considerado como parte vulnerável na relação de consumo deve fazer a alegação do defeito, do evento danoso e o nexo causal entre ambos. Ao fornecedor cabe alegar as causas excludentes de responsabilidade.

Sem dúvida, a maior inovação trazida pela Lei 8.078/90 é a possibilidade da inversão do ônus da prova, que ocorrerá para a facilitação da defesa de seus direitos (consumidor), no processo civil, quando a critério do Juiz for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias da experiência." <sup>(32)</sup>

Vulnerabilidade pode ser considerada como característica integrante da hipossuficiência. Outros entendem que a hipossuficiência tem caráter processual e deve ser demonstrada para a inversão do ônus da prova, enquanto que a vulnerabilidade é uma regra geral.

O certo é que, demonstrada a verossimilhança da alegação ou a hipossuficiência do consumidor, que nada mais é do que o desnível não só financeiro, mas social, de informação, conhecimento técnico, de educação, entre outros, o ônus da prova poderá ser invertido a critério do Juiz, a fim de facilitar a sua tutela jurisdicional.

Em regra, é o fornecedor o único conhecedor das técnicas e conhecimentos científicos ministrados para a prestação dos serviços ou da elaboração dos produtos, não sendo justo exigir do consumidor essa prova; assim, inverte-se o ônus.(33)

Nas hipóteses em que inexistente esse flagrante desequilíbrio entre consumidor e fornecedor, somente a verossimilhança poderá inverter o ônus da prova.

A inversão dar-se-á no julgamento da causa, e não quando do recebimento da inicial, no despacho saneador, ou ainda, durante a instrução. Tal fato não caracteriza qualquer cerceamento de defesa, já que esta possibilidade está explicitada no art. 6º. Pode ocorrer que o Magistrado alerte, quando do saneador, de que haverá a inversão do ônus da prova, contudo, não há obrigatoriedade de tal comportamento.

Portanto, quando da decisão do feito, reconhecendo a verossimilhança das alegações ou a hipossuficiência do consumidor, o Juiz poderá inverter o ônus da prova, e não havendo prova em sentido contrário, acolhe-se o pedido. Somente na valoração da prova estará o Juiz apto a afirmar se existe ou não a situação do non liquet, sendo caso ou não da inversão. Anteriormente a isso poderia ser um prejulgamento da causa.

## X. TUTELA DOS INTERESSES DO CONSUMIDOR

Dispõe o art. 6º, entre outros direitos do consumidor, a garantia da "efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos" (inciso VI) e "o acesso aos órgãos judiciários e administrativos, com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados" (inciso VII).

Inicialmente vamos analisar os tipos de interesses, lembrando que a defesa em juízo poderá ser exercida INDIVIDUALMENTE ou a título COLETIVO, em que se evitarão as inúmeras demandas judiciais (economia processual) e decisões incongruentes sobre idênticas questões jurídicas, se forem tratadas individualmente.

INTERESSES OU DIREITOS DIFUSOS são os transindividuais, de natureza indivisível, com pessoas indeterminadas, unidas por circunstância de fato. (34)

INTERESSES OU DIREITOS COLETIVOS são os transindividuais, de natureza indivisível, de que seja titular grupo, categoria ou classe, portanto pessoas determináveis, unidos por uma relação jurídica base, como exemplo temos os condôminos de um edifício, acionistas de uma empresa, integrantes de consórcio.

INTERESSES OU DIREITOS INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS são os decorrentes de origem comum ; direitos à indenização por danos pessoais. Não são uma subespécie de interesses coletivos. São individuais em sua essência, sendo coletivos apenas na forma em que são tutelados, pela conveniência da solução a ser dada ao caso.

A correta distinção entre os interesses depende da correta fixação do objeto litigioso do processo (a causa de pedir e o pedido). (35)

Nas ações coletivas de interesse difuso, a sentença, em regra, fará coisa julgada erga omnes, atingindo a todos, indistintamente, e não prejudicará as ações por danos pessoais sofridos, propostas individualmente sobre a mesma matéria.

Tratando-se de interesses coletivos, a coisa julgada terá efeito ultra partes, limitado ao grupo, categoria ou classe.

A recente Lei Federal 9.494/97 alterou o art. 16 da Lei da Ação Civil Pública, afirmando que a sentença civil fará coisa julgada erga omnes, nos limites da competência territorial do órgão prolator, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação com idêntico fundamento, valendo-se de novas provas.

A legitimação para as ações coletivas que amparam o consumidor - o Código menciona que todas as ações são permitidas (36) - está prevista no art. 82, e é concorrente a todos os legitimados. Entre eles estão o Ministério Público, a União, os Estados, os Municípios e as associações, incluindo-se também os Procons. (37)

Quando o direito individual homogêneo for indisponível, não restam dúvidas de que o Ministério Público detém legitimidade. Quando for disponível, há divergência. Contudo, não pode ser acolhido o argumento de que o Ministério Público não é parte legítima para ajuizar ações para a tutela desses interesses, porque estaria em desacordo com o sistema constitucional do Código, que dá tratamento de interesse social à defesa coletiva em juízo. O parquet não pode agir na defesa de direito individual puro, através de ação individual, mas deve defender coletivamente caso o interesse seja homogêneo.

Vale a ressalva de que os legitimados pelo art. 82 do Código não podem buscar a tutela de interesses individuais agrupados, com exceção ao disposto no art. 81, III, do CDC (individual homogêneo). Na verdade, haverá legitimação do Órgão Ministerial para tutelar interesse individual homogêneo disponível quando latente o interesse social, cuja definição pode ser extraída de parte do § 1º, do art. 82, do CDC, que dispensa o requisito da pré-constituição das associações, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou relevância do bem jurídico a ser protegido. (38)

Analisados os interesses previstos e amparados pelo Código, têm-se que a tutela deles pode se dar de forma extrajudicial ou judicial, e tanto de maneira preventiva como reparatória, sendo que a primeira hipótese é a mais indicada, pois é mais eficiente e atende aos fins sociais. Evitar-se o dano a buscar a indenização.

Judicialmente ou não, o consumidor pode ser tutelado por todos os legitimados pelo art. 82, através de mediações, juízos arbitrais, Procons, Vigilância Sanitária, associações.

Aspecto importantíssimo é o fato de os órgãos públicos, em caráter administrativo, poderem aplicar as sanções previstas no art. 56 do Código, entre elas a multa que reverterá para o fundo pertinente à pessoa jurídica de direito público que impuser a sanção.

Mas é o Ministério Público o principal agente, (39) que tem, entre suas funções institucionais/constitucionais, "promover o inquérito civil e a ação civil pública para a proteção do patrimônio público e social, do meio ambiente e de outros interesses difusos e coletivos" (art. 129,III CF).

Limitando-se à análise dos instrumentos colocados à disposição do Ministério Público para a defesa do consumidor, temos na fase pré-judicial o inquérito civil (art. 8º, da Lei 7.347/85) e a efetivação dos termos de compromisso de ajustamento de conduta (art. 5º, da Lei 7.347/85), inovação trazida pelo art. 113 do Código, que diz que os órgãos públicos legitimados poderão tomar dos interessados compromisso de ajustamento de sua conduta às exigências legais, mediante cominações, que terá eficácia de título executivo extrajudicial.

Na tutela judicial, como já foi dito anteriormente, "para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este Código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela." (40) Assim, podem ser ajuizadas ações de cunho cautelar, de conhecimento ou de execução.

Podem-se obter, na própria ação ordinária (ação civil pública), medidas liminares (41), com caráter processual, tutelas antecipatórias (42) e tutelas inibitórias.(43/44)

Cabem, portanto, ações coletivas para tutelar interesses ou direitos coletivos latu sensu. E, ainda, ações coletivas para a defesa de interesses individuais homogêneos, visando responsabilizar pelos danos individualmente sofridos.

A competência, ressalvada a da Justiça Federal, é o foro do lugar onde ocorreu ou deva ocorrer o dano, se local. Será no foro da Capital do Estado ou Distrito Federal para os danos de âmbito nacional ou regional, aplicando-se as regras do CPC. (45)

O art. 84 constitui um grande avanço jurídico. Veja-se o caso de um produto impróprio ao consumo ou sem autorização para o comércio (obrigação de não colocar no mercado). Descumprido, sub-roga-se a obrigação de não fazer, exigindo-se a adequação dos seus componentes ou a obtenção do registro. Descumprida esta obrigação, converte-se novamente, agora em outra de não fazer, cessando a atividade ou até mesmo interditando o estabelecimento.

Note-se que o art. 84, pelos seus parágrafos, é uma exceção ao princípio de que a sentença deve ficar adstrita ao pedido. A sentença deve ser certa e é defeso ao Juiz proferir sentença, a favor do autor, de natureza diversa da pedida, bem como condenar o réu em quantidade superior ou em objeto diverso do que lhe foi demandado. (46)

Saliente-se que é nula a sentença extra (aprecia causa diferente da que foi exposta), citra (não esgotou a prestação jurisdicional) ou ultra petita (concede a mais).

No caso acima, o Juiz pode fixar a multa ou determinar as chamadas medidas necessárias de ofício, para que seja obtida a tutela específica ou o resultado prático equivalente (art. 84, §§ 4º e 5º). Assim, requerida a instalação de um filtro em uma fábrica, o juiz pode conceder tutela inibitória, impondo a multa que entender suficiente para convencer o obrigado a instalar o equipamento.

Em todas as hipóteses, cabe ao Promotor de Justiça ter bom senso e optar pelo meio mais viável. E ainda, caberá à sensibilidade do Juiz, nas palavras de Ada Pellegrini Grinover, em razão do seu poder discricionário, decidir pelo modo mais sensato e de efeito prático e imediato.

Por fim, percebe-se que cabe à sociedade desenvolver-se e buscar coletivamente a proteção de seus direitos como consumidores, evitando comerciantes inescrupulosos e valorizando aqueles que tratam honestamente o cliente.

Ao Ministério Público incumbe o fiel desempenho da sua função constitucional de defensor da sociedade, conscientizando-a, protegendo-a e, se necessário, buscando a reparação do dano.

De certo, temos apenas a convicção de que nossa instituição cumpre o seu papel de defender os interesses sociais, dentro de seus limites estruturais, contando com um valoroso potencial humano, pela disposição, idealismo e empenho dos seus membros.

#### NOTAS DE RODAPÉ

1. O que vale dizer que são inderrogáveis por vontade dos interessados em determinada relação de consumo.

2. § 1º do art. 3º, da Lei 8.078/90.

3. § 2º do art. 3º, id.

4. O hotel que adquire materiais de limpeza ou alimentos para seus hóspedes não é consumidor, pois atua empresarialmente.

5. § único do art. 2º, ib.

6. Art. 17, ib. Exemplo: Os moradores do bairro próximo ao aeroporto que foram atingidos pela queda do avião da TAM em São Paulo. Pedestres atropelados por um veículo pelo não funcionamento do freio.

7. Art. 22, ib.

8. Água e esgoto podem ser essenciais se vistos do ponto de vista da saúde da população.

9. Art. 22, ib.

10. Como, por exemplo, a Freeway em direção a Porto Alegre/RS.
11. Como, por exemplo, a SC-401 que liga o Centro de Florianópolis ao Norte da Ilha.
12. Art. 12, ib.
13. Art. 18, ib. Defeito intrínscico.
14. Supermercadista que acondiciona indevidamente iogurte, que vem a estourar por estar em lugar impróprio, e não por defeito de fabricação. O mesmo ocorre em relação aos medicamentos expostos nas farmácias
15. Intimidade, honra, afeição, segredo.
16. Reputação, conceito, identificação.
17. Quanto à prestação de serviços, cita-se alguns exemplos:
  - Conjunto habitacional não implantado e loteamento irregular. Noivos que protelavam o casamento esperando a entrega das chaves do apartamento ou alguém que passa dificuldades para adquirir um imóvel que não é entregue e fica obrigado a arcar com despesas de aluguéis;
  - Planos de saúde e internação em hospitais, exames médicos equivocados ou trocados, informando erroneamente ao interessado que está com hepatite ou aids;
  - Mulher que se submete a exames pré-natais e o médico informa que a criança nascerá com anomalias, sendo que depois, em novos exames, se constata o contrário;
  - Transações financeiras (emissão de bloquetes bancários para protesto irregular contra o consumidor desavisado). O protesto incorreto gera o dever de reparar moralmente, assim como a devolução indevida de cheque por insuficiência de fundos;
  - Inclusão indevida de nome de cliente em serviço de proteção ao crédito (não é pacífico na jurisprudência que os débitos ainda discutidos judicialmente podem ser incluídos) Deve-se proibir a inclusão, posto que fere o princípio constitucional do contraditório, sendo que o ordenamento que instituiu a inclusão é notoriamente ditatorial, visando unicamente que o devedor pague seu débito, e existe os meios legais para tanto;
  - Utilização de cartão de crédito que não é aceito nos estabelecimentos comerciais de forma injustificada ou equivocadamente, causando constrangimento no usuário;
  - Retenção de diploma, impossibilitar acesso à sala de aula de alunos inadimplentes;

- Agressões infamantes ou humilhantes, cobrança vexatória de dívida em local impróprio e que causa constrangimento, podem acarretar na indenização por danos morais, além de caracterizar crime (art. 71);

- Constrangimentos e vexames relacionados ao disparo de alarmes eletrônicos em lojas e supermercados. Em 93 uma omissão de retirada de etiqueta eletrônica em produto já adquirido por uma menina negra, em Salvador, onde o segurança da loja provocou abalo emocional na menor, acusando-a de furto;

- Realização de viagens, de negócios ou lazer que não são cumpridos os pacotes oferecidos (ingresso para a Copa);

Quanto a produtos:

- Produtos impróprios ao consumo que causam nojo e humilhação à família envolvida, como a existência indesejável de animal em garrafa de refrigerante;

- Traumas psíquicos sentido por mulher que perdeu a visão de um dos olhos por caco de vidro, resultante de explosão de garrafa em supermercado quando passava defronte à prateleira. Problema no acondicionamento. Falta de informação ou acomodação errônea.

18. Cita-se, como exemplo, a recente matéria apresentado na televisão sobre o ator Jorge Lafond (ator da "Praça é Nossa"), que ficou preso na porta giratória na entrada do Banco onde tinha conta e foi alvo de gozação e ofensa pelos guardas, que o chamaram de fresco, entre outros impérios, resultando em indenização pelos danos morais sofridos.

19. Art. 12 in fine, ib.

20. Art. 30, ib.

21. Utilizando-se dos exemplos de Antonio Herman de Vasconcellos e Benjamin.

22. A coca-cola é a que mais se utiliza desse recurso de divulgação.

23. Exemplo: "Os russos estão chegando", referindo-se aos automóveis russos Lada.

24. Oferta enganosa afirmava: na compra de 1 pálio leve 3, quando na verdade o que se acrescia era o valor do IPVA e seguro que eram pagos pela concessionária. Nesse caso não caracterizaria ilícito por se tratar de evidente exagero que não comprometeria o discernimento do consumidor.

25. Nessa modalidade, recentemente firmou-se termo de compromisso de ajustamento de conduta com as emissoras com atuação em Santa Catarina, exigindo-se que ao veicular publicidade para oferta de imóveis, incorporações, loteamentos, conste na tela e nos jornais, o número da matrícula no cartório de registro competente. Havia a oferta de inúmeros imóveis irregulares e loteamentos clandestinos.



26. Publicidade que explora o racismo ou a religião, como a da Benetton.

27. Criança furtando chocolate em supermercado, fato que caracteriza ato infracional.

28. Exemplo: posto de venda de gás que fecha suas portas para apenas vender mediante entrega a domicílio, quando então o preço pode ser aumentado, superando o tabelamento do Ministério das Minas e Energia. A venda no posto era costumeira em âmbito municipal e a interrupção, sem fundamento, não pode ocorrer.

29. Art. 42. Exemplo: pagou R\$ 1.000,00, mas deveria ser R\$ 800,00, tem direito à devolução de R\$ 400,00.

30. Art. 56 (...), ib.

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 e serviços;

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.

31. Ação Civil Pública visando à revisão e anulação de cláusulas abusivas em contratos de leasing, que usam como indexador para correção do valor das prestações o dólar americano. Tal medida tem como fundamento, além do fato de se tratar de cláusulas abusivas, o art. 6º, V, que assim dispõe: "São direitos básicos do consumidor a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais e sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas."

32. Inciso VIII, art. 6º, ib.

33. Como exemplo temos os prejuízos causados pela queda do avião da TAM ou pelo desabamento do edifício Palace construído pelo Sérgio Naya, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro, onde somente as empresas é que detém conhecimento técnico para mostrar ou explicar técnica e cientificamente o que houve.

34. Exemplos: direito do consumidor a informação adequada e de não haver a veiculação de publicidade enganosa ou abusiva, questões ambientais, usuários de uma linha de ônibus.

35. Exemplo: Publicidade enganosa atinge a um número indeterminado de pessoas, as lesões são de interesse ou direitos difusos. Limitando-se a ação a postular a retirada da publicidade enganosa, a tutela pretendida é dos interesses difusos. Se consumidores tiverem adquirido o produto ou serviço em razão dessa publicidade, os prejuízos serão individualizados e diferenciados, a lesão é individual homogênea, que pode ser tutelada coletivamente.

36. Art. 83, ib: "Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este Código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela."

37. Aqui consideradas em sentido amplo, incluídos os sindicatos.

38. Exemplo: passageiros de ônibus vítimas de uma acidente de trânsito, terrestre, edifício Palace construído por Sérgio Naya ou um desastre aeronáutico, onde a dimensão é o número de atingidos e a repercussão social, a característica é a forma como ocorreu o desastre, no caso do desabamento do Palace, foi a péssima qualidade do material de construção utilizado na obra (areia de praia), e o bem jurídico a ser protegido era por demais relevante, qual seja, a vida.

39. Fato reprovável não pela atuação incansável do parquet, mas por demonstrar a desestrutura da sociedade.

40. Art. 83, ib.

41. Congela determinada situação para garantir a eficácia do direito material.

42. Art. 273 do CPC. Visam antecipar o próprio direito material.

43. Arts. 461 do CPC e 84 do Código de Defesa do Consumidor, de caráter estritamente preventivo.

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

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

correspondente. (busca-se até o último instante a eficácia e prevenção, perdas e danos é a exceção.)

§ 2º A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (art. 287, CPC) pena pecuniária decorrente do pedido do autor para o réu abster-se da prática de algum ato, a tolerar alguma atividade, ou a prestar fato que possa ser realizado por terceiro.

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

§ 4º O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.<sup>43</sup>

§ 5º Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz determinar as medidas necessárias, tais como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial. O rol é exemplificativo e não taxativo. Pode o juiz interditar estabelecimento. São as chamadas medidas sub-rogatórias propiciadoras da execução específica ou a obtenção do resultado prático-jurídico equivalente."

44. Igual teor consta no art. 461 do Código de Processo Civil, art. 213 Estatuto da Criança e do Adolescente, além dos arts. 11 e 12 da Lei da Ação Civil Pública.

45. Art. 93, ib. Ação Civil Pública ajuizada na Capital contra instituições financeiras para revisão das cláusulas contratuais, cuja tutela antecipatória beneficiou todos os consumidores do Estado.

46. Art. 460 do Código de Processo Civil

Alguns procedimentos instaurados na Coordenadoria e o encaminhamento dado

- Exigiu-se da Câmara dos Diretores Lojistas (CDL) a notificação do devedor, após 30 dias do vencimento da dívida, comunicando-o por escrito da inadimplência, para só então lançar seu nome no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC).

- Descredenciamento de inúmeras entidades esportivas que não prestaram contas de suas promoções, bingos ou sorteios, dos benefícios outorgados pelo Decreto Federal 2.574/98.

- Regularização do mercado imobiliário, exigindo-se que as negociações fossem feitas por corretores inscritos no CRECI e que as incorporações imobiliárias estivessem devidamente registradas no Cartório de Registro de Imóveis.

- Exigiu-se ajustamento de conduta dos jornais e emissoras de televisão com veiculação em nosso Estado, no sentido de anunciar, junto com a publicidade que ofertasse

empreendimentos imobiliários, por exemplo, lotes e apartamentos, o número do registro da incorporação, a indicação do cartório competente e a construtora responsável pelo empreendimento, demonstrando a veracidade e identificando o produto ofertado.

- Exigiu-se a regularização de inúmeros loteamentos clandestinos ou irregulares, com interdição daqueles que continuaram afrontando a lei.

- Buscou-se a adequação de inúmeros contratos bancários com cláusulas consideradas abusivas, entre elas as que impunham multas excessivas, obrigavam o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, como despesas com "AR", taxas cartorárias, emissão de bloquetes e honorários advocatícios em cobranças extrajudiciais.

- Ajuizou-se ação civil pública que obteve tutela antecipatória para anulação de cláusula contratual que prevê a indexação em dólar para a correção das parcelas, pela ocorrência de fato superveniente que a torne excessivamente onerosa (aumento exagerado da moeda americana), beneficiando os consumidores de todo o Estado.

- Exigiu-se, através de termo de compromisso de ajustamento de conduta, que o serviço "disque amizade" discrimine, gratuitamente, a pedido do usuário, pelo fone 0800 480145, a relação detalhada das chamadas e respectivos pulsos, contendo dia, hora e duração de cada uma.

- Exigiu-se, através de termo de compromisso de ajustamento de conduta, que a Celesc e a Casan efetuassem notificação prévia do cancelamento do fornecimento de energia elétrica e água, respectivamente, após 15 dias do inadimplemento.

- Exigiu-se que os comerciantes, especialmente os postos de combustíveis, aceitassem o pagamento através do cartão de crédito como preço à vista, inclusive com os benefícios de eventuais descontos ou promoções.

- Exigência de que todo e qualquer estabelecimento comercial reduza as multas de mora decorrentes do inadimplemento ao limite legal de 2% do valor da prestação, inclusive com ajuizamento de ação civil pública contra escolas particulares da Grande Florianópolis.

- Exigiu-se que, nas relações de consumo, a multa por rescisão contratual ficasse limitada em 10%, com devolução de importância cobrada a mais.

- Garantiu-se aos estudantes o pagamento de meia entrada nos cinemas do Estado, no mínimo até dezembro de 1999.

- Procedimentos visando proibir a comercialização de produtos de origem animal sem o registro no órgão competente, inclusive em âmbito municipal com inspeção local.

- Procedimentos referentes ao comércio de produtos impróprios ao consumo, inclusive com autuação e interdição de estabelecimentos e requisições de inquérito policiais.

- Acompanhamento no Estado da implantação da Lei 9.656/98, que trata sobre os planos de saúde.
- Procedimento visando coibir a formação de "cartéis" no atendimento médico, como planos de saúde exigindo exclusividade do médico, impedindo-o de atender aos usuários de outros planos.
- Ação civil pública que obteve tutela antecipatória obrigando a Unimed e a diretoria do corpo clínico a absterem-se de exigir exclusividade dos cooperados ou conveniados, permitindo que atenda a outras operadoras de serviços de saúde.
- Combate à cobrança vexatória ou que se utilize de ameaça, coação ou qualquer tipo de constrangimento, ou ainda que prejudique o devedor em seu local de trabalho, descanso ou lazer, com inúmeras requisições de inquéritos policiais e diversas denúncias no Estado.
- Instaurou-se procedimento para incentivar e apoiar a criação ou reestruturação de Procons no Estado, bem como, orientar sobre a possibilidade de aplicação das sanções administrativas e da regulamentação dos Fundos Municipais para a Defesa do Consumidor.
- Instaurou-se procedimento a fim de exigir o resgate dos títulos da promoção "Papa Tudo", tendo havido a intervenção da Susep junto à Interuniou Capitalização S.A.
- Procedimento requisitando que a Secretaria Estadual de Saúde, através da Vigilância Sanitária, iniciasse campanha de orientação e prevenção em todas as farmácias do Estado, em relação aos medicamentos passíveis de fraude, prazo de validade vencido ou sem registro.

#### Relatório da Coordenadoria de Defesa do Consumidor em 1998

##### 1 - MOVIMENTAÇÃO PROCESSUAL:

Procedimentos remanescentes dos anos anteriores que tramitaram durante o ano de 1998: 54

Procedimentos instaurados durante o ano de 1998: 124

TOTAL DE PROCEDIMENTOS QUE TRAMITARAM NO DECORRER DE 1998: 178

Procedimentos arquivados em 1998, com homologação do CSMP, sem Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta:	59
Procedimentos arquivados em 1998, com homologação do CSMP, com Termo de Compromisso de Ajustamento de Conduta:	12
Procedimentos encaminhados a outros Órgãos/Comarcas no decorrer de 1998:	35
Ações Cíveis Públicas aforadas em 1998:	2
Ações Cautelares Inominadas aforadas em 1998:	1

TOTAL DE PROCEDIMENTOS SOLUCIONADOS EM 1998: 110

PROCEDIMENTOS PENDENTES PARA 1999: 68

2 - MANIFESTAÇÕES ESCRITAS EM PROCESSOS:

Impugnações	à	contestação:	3
Contra-razões	de	Apelação:	1
Recurso		Especial:	2
Outros pedidos incidentais diversos: 14			

TOTAL DE MANIFESTAÇÕES ESCRITAS EM PROCESSOS: 20

3 - OUTROS

Remessa de subsídios legislativos e jurisprudenciais a Promotores das Comarcas do Estado:  
158

Requisições de Inquéritos Policiais: 44

\* Promotor de Justiça, ex-coordenador das Promotorias de Defesa do Consumidor do Centro das Promotorias da Coletividade do Ministério Público de Santa Catarina.

LOCATELLI, Paulo Antonio. Tutela Preventiva e Reparatória dos Interesses Sociais. Disponível em [http://www.mp.sc.gov.br/portal/site/portal/portal\\_detalhe.asp?campo=2566](http://www.mp.sc.gov.br/portal/site/portal/portal_detalhe.asp?campo=2566). Acesso em 26/10/06.