

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO

PAULO

PUC-SP

Winston Neil Bezerra de Alencar

A expectativa gerada no consumidor diante das informações  
prestadas pelo profissional liberal

MESTRADO EM DIREITO

SÃO PAULO

2010

# **Livros Grátis**

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC-SP

Winston Neil Bezerra de Alencar

A expectativa gerada no consumidor diante das informações  
prestadas pelo profissional liberal

MESTRADO EM DIREITO

Dissertação apresentada à Banca  
Examinadora da Pontifícia Universidade  
Católica de São Paulo, como exigência  
parcial para obtenção do título de Mestre  
em Direito das Relações Sociais sob a  
orientação da Prof<sup>a</sup>. Doutora Suzana  
Maria Pimenta Catta Preta Federighi

SÃO PAULO

2010

Banca Examinadora

---

---

---

Dedico este trabalho aos meus pais,  
Alencar e Lourdinha; aos meus irmãos  
José Bezerra, Sheylla e Kheylla; à minha  
esposa Luciana e à minha filha Yasmin.

## AGRADECIMENTOS

A Deus por me permitir a conclusão de mais uma etapa.

À minha esposa Luciana pelo apoio nas horas mais difíceis e pela paciência nos momentos de ausência e de stress.

À minha orientadora Suzana Federighi pela oportunidade a mim conferida e pelos ensinamentos os quais jamais serão esquecidos.

Aos professores Frederico da Costa Carvalho Neto, Regina Vera Vilas Boas, Vítor Moraes de Andrade, Alexandre David Malfatti, José Geraldo Brito Filomeno e Marcelo Sodré, pelo apoio, atenção e incentivo, durante a longa jornada.

Ao Ministro Herman Benjamin pelo incentivo e atenção.

Aos funcionários da secretaria de pós-graduação da PUC-SP pela atenção e a paciência.

Aos funcionários da APG da PUC-SP, em especial a Iara pelo apoio e atenção.

Aos meus amigos de mestrado, em especial ao Marcus Andrade, ao Vinícius Sabella e a Hérica Varjão pela amizade e o incentivo sempre presentes.

Ao meu amigo de jornada, Ricardo Oliveira, pelo apoio desde que cheguei a São Paulo.

Aos meus amigos de especialização, pelo apoio, em especial a Fernanda Fernando.

Ao meu amigo Gustavo André Santos pela paciência, atenção e zelo na leitura revisora deste trabalho.

Ao meu amigo João José pelo apoio e incentivo na tradução do texto.

Aos meus amigos que mesmo de longe torceram pela realização desse trabalho.

Para a conclusão deste trabalho, o apoio de vocês foi de substancial importância, muito obrigado a todos.

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo fazer uma análise da relação de consumo entre o consumidor e o profissional liberal, limitando-se à expectativa gerada no consumidor diante das informações prestadas pelo profissional liberal. O tema, controverso, procura analisar os aspectos jurídicos da informação e a correspondente expectativa criada. De um lado, o consumidor que, ao consultar um profissional liberal, leva com ele a necessidade de utilização do serviço e a expectativa implícita de resolução favorável do seu resultado. Do outro, o profissional liberal que, de acordo com as informações prestadas pelo consumidor, deve apresentar um diagnóstico à consulta formulada e que deve ser o mais preciso possível e realista, além de esclarecedor no sentido de alertar o consumidor quanto aos riscos e as dificuldades a serem enfrentadas durante a execução do serviço caso venha a ser contratado. O profissional liberal também deve possibilitar ao consumidor a compreensão quanto aos limites de sua atuação, uma vez que esta pode cingir-se apenas a obrigação de meio e, neste caso, deixar bem claro que não há como garantir o resultado. Para a realização do trabalho consultou-se doutrina, decisões judiciais, textos de lei, além de matérias publicadas na internet. Ao final, conclui-se que a informação entre o consumidor e o profissional liberal é uma via de mão dupla, onde o diagnóstico

a ser apresentado deve refletir a solução adequada aos fatos expostos pelo consumidor que, por sua vez, anseia um resultado positivo diante da necessidade e da expectativa implícita na vontade de ver solucionada o objeto do contrato entre as partes.

**PALAVRAS – CHAVE:** Consumidor – Profissional liberal – Informação – Expectativa.

## ABSTRACT

This paper aims to analyze the relationship between the consumption of the consumer and professional independent self-limiting to the expectation generated by the consumer on the information provided by an independent professional. The controversial theme, seeks to examine the legal aspects of information and the corresponding expectation created. On one hand, the consumer, by consulting an independent professional, takes with him the need to use the service and the implicit expectation of favorable outcome of the result. On the other hand, the independent professional, according to information provided by the consumer must have a diagnosis made and the consultation to be as accurate as possible and realistic, and instructive in alerting consumers about the risks and difficulties to be faced during the implementation of the service if it were to be hired. The independent professional must also provide the consumer with an understanding of the limits of its performance, as this may be restricted only obligation of means and in this case make clear that there is no guarantee the result. To carry out the work referred to doctrine, judicial decisions, legal texts, and materials published on the Internet. It is concluded that the information between the consumer and independent professional is a two-way street, where the diagnosis to be made to reflect the appropriate solution to the facts stated by the consumer, who, in turn, looks forward a

positive result on the need and the expectation implicit in the desire to see solved the object of the contract between the parties.

**Keywords:** Consumer - Independent professional – Information - Expectation

# SUMÁRIO

I – INTRODUÇÃO.....	1
II – O CDC E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL.....	4
2.1.Mercado de consumo.....	12
III – RELAÇÕES DE CONSUMO.....	16
3.1.O consumidor e o fornecedor no CDC.....	17
3.1.1 Consumidor.....	17
3.2.1 Fornecedor.....	19
IV – O PROFISSIONAL LIBERAL NO CDC.....	22
4.1. Conceito.....	22
4.2. Obrigação de meio e obrigação de resultado.....	24
V - A INFORMAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	34
5.1. Conceito geral de informação e expectativa.....	34
5.2.A informação no CDC.....	37
5.3.A informação e a expectativa nos serviços prestados pelo profissional liberal.....	42
5.4. A recusa da prestação de serviço pelo profissional liberal.....	50
VI – CONCLUSÃO.....	65
VII- BIBLIOGRAFIA.....	68

## I – INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como finalidade analisar a relação de consumo entre o consumidor e o profissional liberal diante da expectativa gerada pela informação prestada pelo profissional liberal.

A informação constitui direito básico do consumidor, nos termos do art.6º, III, do diploma consumerista e foi uma das maiores preocupações da equipe que elaborou o anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor.

No trabalho, analisa-se a relação de consumo adotando-se como ponto de partida a expectativa do consumidor no momento da contratação, em relação ao resultado do serviço contratado, sem, entretanto, desconsiderar a importância das informações também prestadas pelo consumidor ao fornecedor no momento da contratação, uma vez que as mesmas possuem relação direta com o diagnóstico apresentado pelo profissional liberal.

Dessa forma, tem-se que a informação no diálogo entre o consumidor e o fornecedor é uma via de mão dupla, competindo ao consumidor passar para o profissional liberal os fatos de maneira que os deixe o mais próximo possível da realidade dos fatos ocorridos e por sua vez, ao profissional liberal incumbe o dever de demonstrar ao consumidor a realidade mais próxima possível do que poderá acontecer durante a execução do serviço, caso venha a ser contratado, bem como possibilitar ao

consumidor a compreensão dos riscos, benefícios e obrigações assumidas ao contratar o serviço.

Partindo-se do pressuposto de que o profissional liberal é tecnicamente conhecedor do serviço que oferta no mercado de consumo e que o consumidor é vulnerável, uma vez que não tem conhecimento sobre o serviço procurado, compete ao profissional liberal um dever de análise detalhado ao apresentar, no diagnóstico, a solução buscada pelo consumidor.

Assim, o trabalho está delimitado, de um lado pela ideia de que a expectativa do consumidor está diretamente associada à informação prestada pelo profissional liberal, uma vez que esta atua de forma substancial no exercício do direito de escolha pelo consumidor no momento da contratação, e de outro pela ideia de que o diagnóstico do profissional liberal é resultado da análise das informações prestadas pelo consumidor. Não se pode, desconsiderar, também, para o enquadramento jurídico das informações prestadas pelo profissional liberal e a consequente expectativa criada, as circunstâncias do momento da contratação e as peculiaridades que envolvem a atividade do profissional liberal. Entende-se ser importante essa associação de ideias para que se possa melhor refletir o resultado composto das condutas demonstradas pelo consumidor e pelo profissional liberal no momento da contratação.

O trabalho que se apresenta como um convite à reflexão é dividido em sete partes. No primeiro capítulo, introdução. No segundo capítulo, faz-se uma abordagem do Código de Defesa do Consumidor no plano constitucional. Analisa-se, também, o mercado de consumo. O terceiro capítulo aborda as relações de consumo de uma forma geral limitando-se aos conceitos de consumidor e fornecedor objetos deste trabalho.

No quarto capítulo analisa-se o profissional liberal sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor. No quinto capítulo, analisa-se a informação sob os princípios e regras do CDC.

Logo , conclui-se que se de um lado o diagnóstico do profissional liberal deve obedecer aos princípios e regras legais e cria uma expectativa no consumidor, por outro lado, esse diagnóstico também é resultado das informações prestadas pelo próprio consumidor, que também deve narrar ao profissional liberal os fatos exatamente como aconteceram, submetendo-se, da mesma forma que o profissional liberal, ao dever legal de boa-fé objetiva. Há de se levar em consideração, ainda, as circunstâncias do momento da contratação e as peculiaridades da atividade do profissional liberal.

## II – O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E A CONSTITUIÇÃO FEDERAL

A origem do Código de Defesa do Consumidor no Brasil encontra-se positivada na Constituição de 1988, quando o legislador constituinte, seguindo o exemplo das Cartas portuguesa e espanhola, reconhecendo a vulnerabilidade do consumidor, fez constar na nossa Lei Maior, no título II, dos direitos e garantias fundamentais, capítulo I, dos direitos e deveres individuais e coletivos, no art. 5º, XXXII “*O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor*”.

### Merece registro o magistério de Filomeno

É importante salientar que foram ouvidos os reclamos dos órgãos e entidades ligados à área de defesa e proteção ao consumidor, não tendo sido fácil o caminho trilhado pelo “movimento consumerista brasileiro” que, embora incipiente e atrasado com relação ao do primeiro mundo, como já salientado linhas atrás, ganhou pela pertinácia. Já ao ensejo do VI Encontro Nacional das Entidades de Defesa do Consumidor, realizado em outubro de 1985 no Rio de Janeiro, tiraram-se propostas concretas no sentido de se incluírem, no texto constituição então vigente (Emenda Constitucional nº 1, de 1969), mediante emenda, dispositivos claros a respeito da defesa do consumidor, como dever do Estado e direito da população.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> José Geraldo Brito Filomeno, manual de direitos do consumidor, p.30.

## Para João Batista de Almeida

Como tema específico, a defesa do consumidor no Brasil é relativamente nova. São de 1971 a 1973 os discursos proferidos pelo então Deputado Nina Ribeiro, alertando para a gravidade do problema, densamente de natureza social, e para a necessidade de uma atuação mais energética no setor.<sup>2</sup>

A Constituição Federal também elencou a defesa do consumidor como um dos princípios da atividade econômica, no art. 170, V. E, para que não ficasse à mercê da iniciativa do legislador ordinário, determinou no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias a elaboração do Código de Defesa do Consumidor no prazo de 120 dias.

Merece registro a lição de Alexandre de Moraes ao enfatizar que

Tratando-se de novidade constitucional em termos de direitos individuais, o inciso XXXII do art. 5º da Constituição Federal de 1988 demonstra a preocupação do legislador constituinte com as modernas relações de consumo, e com a necessidade de proteção do hipossuficiente economicamente. A inexistência de instrumentos eficazes de proteção ao consumidor, para fazer valer seus direitos mais básicos, como, por exemplo, a saúde, o transporte, a alimentação, fez sua defesa ser erigida como um direito individual, de modo a determinar-se a edição de norma ordinária regulamentando não só as relações de consumo, mas também os mecanismos de proteção e efetividade dos direitos do consumidor.<sup>3</sup>

Há que se esclarecer, entretanto, que o princípio da proteção constitucional do consumidor, elencado no art. 5º, XXXII, da Carta Maior, embora complementa o princípio da atividade econômica da defesa do

---

<sup>2</sup> João Batista de Almeida, manual de direito do consumidor, p.9.

<sup>3</sup> Alexandre de Moraes, Constituição do Brasil Interpretada e legislação constitucional. p. 285.

consumidor, com este não se confunde. No primeiro caso, a positivação do legislador tem como finalidade o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e a necessidade do Estado de promover de forma efetiva a proteção do consumidor.

Para Antônio Hermann Benjamin, em palestra realizada durante o Fórum Nacional de Direito do Consumidor na cidade de Aracaju/SE, no dia 15 de março de 2008, “ quando a Constituição determina no seu art.5º, XXXII, que o Estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor, Estado deve ser entendido: Poder Executivo, Poder Legislativo e Poder Judiciário.”

Sobre o art. 5º, XXXII, da Lei Maior, bem assevera Adolfo Mamoru Nishiyama em sua dissertação de mestrado, “A Proteção Constitucional do Consumidor” defendida na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Verifica-se aqui que a esfera de atuação do Poder Público está no campo das liberdades positivas. O que se exige é uma atuação estatal, e não sua abstenção. O consumidor é reconhecidamente a parte mais vulnerável da relação de consumo, necessitando da proteção do Estado. Somente com a participação do Estado, o direito do consumidor poderá ser efetivado.<sup>4</sup>

No princípio da defesa do consumidor, art.170, V, no capítulo da atividade econômica, a constituição impõe que a defesa do consumidor é

---

<sup>4</sup> Adolfo Mamoru Nishiyama, A Proteção Constitucional do Consumidor, p. 62.

preceito de observância obrigatória. Assim, acreditamos que os princípios da livre iniciativa e da defesa do consumidor devem ser postos em prática de forma harmônica. Entretanto, se eventualmente existir no caso concreto alguma colisão entre esses princípios, deverá prevalecer o da defesa do consumidor por ser complementado pelo princípio da proteção constitucional, direito fundamental que nasce no princípio da dignidade da pessoa humana.

Quanto à harmonização dos princípios da livre iniciativa e da defesa do consumidor, preleciona Luiz Gastão Paes de Barros Leães:

Com efeito, a livre iniciativa e a livre concorrência são conceitos distintos, se bem que complementares. O primeiro não é senão a projeção da liberdade individual no plano da produção, circulação e distribuição das riquezas, significando a livre escolha e o livre acesso às atividades econômicas. Já o conceito da livre concorrência é um conceito instrumental daquele, significando o princípio econômico segundo o qual a fixação dos bens e serviços não devem resultar de atos da autoridade, mas sim do livre jogo das forças em disputa no mercado.

Essa liberdade não é, porém, ilimitada, e só se justifica quando revela eficiência na alocação dos recursos (desenvolvimento econômico) e dela resultem benefícios à comunidade (defesa do consumidor, outro novo princípio constitucional).<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> *Apud* Newton De Lucca, *Direito do Consumidor*, p.189-190.

O tema já foi alvo de manifestação pelo Supremo Tribunal Federal em Acórdão da lavra do eminente Ministro Moreira Alves, na Adin 319, que assim manifestou-se:

Embora a atual Constituição tenha, em face das Constituições de 1967 e da emenda Constitucional 1/69, dado maior ênfase à livre iniciativa, uma vez que, ao invés de considerá-las como estas (art. 157, I e 160, respectivamente) um dos princípios gerais da ordem econômica, passou a tê-la como um dos dois fundamentos dessa mesma ordem econômica, e colocou expressamente entre aqueles princípios o da livre concorrência que a ela está estreitamente ligado, não é menos certo que tenha dado maior ênfase às suas limitações em favor da justiça social, tanto assim que, no art. 1º, ao declarar que a República Federativa do Brasil se constitui em Estado Democrático de Direito, coloca entre os fundamentos deste, no inciso IV, NÃO A LIVRE INICIATIVA DA ECONOMIA LIBERAL CLÁSSICA, MAS OS VALORES SOCIAIS DA LIVRE INICIATIVA; ADEMAIS, ENTRE OS PRINCÍPIOS QUE ESTABELECE PARA SEREM OBSERVADOS PELA ORDEM ECONÔMICA, COLOCA O DA DEFESA DO CONSUMIDOR (que ainda tem como direito fundamental, no art. 5º, inciso XXXII) e o da redução das desigualdades sociais.<sup>6</sup>

A menção à proteção do consumidor na Carta Maior sem fazer constar ali de forma detalhada os seus direitos básicos, não afeta a hierarquia desse princípio, uma vez que se encontra no texto constitucional. Acredita-se que esta seja a linha de direção que mais se aproxima do contexto social que fez elencar a defesa do consumidor na Constituição Federal, sendo de substancial importância a sua colocação em prática pelos operadores do direito.

---

<sup>6</sup> *Apud* Newton De Lucca, *Direito do Consumidor*, p.194.

## Oportuna a lição de Adolfo Mamoru Nishiyama:

Uma vez que o princípio da proteção do consumidor está consagrado no texto constitucional, ele é hierarquicamente superior às demais normas infraconstitucionais, sendo irrelevante questionar se essa norma pertence à constituição material ou à formal. Portanto, todo o sistema jurídico brasileiro deve ser interpretado com base no princípio constitucional da proteção do consumidor.<sup>7</sup>

Merece registro o apontamento de Nelson Nery Júnior, ao ressaltar a necessidade de adequação do Poder Judiciário como forma de acompanhar a evolução da sociedade. Para o citado doutrinador

É importante que o Poder Judiciário acompanhe a evolução da sociedade e se insira no contexto do novo direito: o Direito das Relações de Consumo. O juiz deve adaptar-se à modernidade, relativamente aos temas ligados aos interesses e direitos difusos e coletivos, como, por exemplo, os do meio ambiente e do consumidor. Estes novos direitos não podem ser interpretados de acordo com os institutos ortodoxos do direito, criados para solução de conflitos individuais, que não mais atendem aos reclamos da sociedade. Os princípios individualísticos do século passado devem ser esquecidos, quando se trata de solucionar conflitos de meio ambiente e de consumo.<sup>8</sup>

Registra-se neste aspecto a importância incomensurável da área acadêmica para surgimento de entendimentos doutrinários. É nesse meio que um ponto de análise transforma-se em dissertação de mestrado ou tese de doutorado e chega às livrarias na forma de livros e influencia a apresentação de anteprojetos que mais tarde podem tomar a forma de lei.

---

<sup>7</sup> Adolfo Mamoru Nishiyama, *A Proteção Constitucional do Consumidor*, p. 17.

<sup>8</sup> *Apud* Adolfo Mamoru Nishiyama, *A Proteção Constitucional do Consumidor*, p. 03.

Dessa forma, relevante o papel exercido pelos acadêmicos, mormente, os consagrados juristas, para o desenvolvimento da ciência do direito como um todo.

Como bem assevera Louis Josserand *“Los juristas deben vivir com su época si no quieren que ésta viva sin ellos”*.<sup>9</sup>

Não se pode ignorar que a efetividade do direito depende também, e muito, da cultura e da consciência por parte do jurisdicionado.

Para Gustavo Ordoqui Castilla, todos aqueles que integram as relações de consumo devem vê-la “com la Idea de que la vigência real y efectiva de un <<Derecho Del Consumo>> depende, em definitiva, del conocimiento de la normativa existente y del nivel cultural del medio en que se aplica.”<sup>10</sup>

Com esse espírito, foi apresentado no Congresso Nacional um anteprojeto elaborado por uma equipe de juristas, dentre eles, Nelson Nery Júnior, que deu origem ao Código de Defesa do Consumidor, Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

O Código de Defesa do Consumidor fez constar no seu art.1º, tratar-se de norma de ordem pública e de interesse social:

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.”

---

<sup>9</sup> *Apud* Laura Perez Bustamante, *Derechos del consumidor*, p.5.

<sup>10</sup> Gustavo Ordoqui Castilla, *Derecho Del Consumo*, p.3.

No art. 4º, elenca como princípios a vulnerabilidade do consumidor e o dever do estado de protegê-lo de forma efetiva:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

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

[...]

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;

Dessa forma, conclui-se pela imprescindibilidade, nos litígios emanados das relações de consumo, da busca pela solução a partir da harmonização entre os princípios constitucionais da proteção ao consumidor, art.5º, XXXII e da defesa do consumidor, art.170, V.

## 2.1 – MERCADO DE CONSUMO

Um ponto de análise que, de certa forma parece ser simples, e merece, da nossa parte, uma análise mais detalhada é a distinção entre mercado e mercado de consumo. Entende-se que é imprescindível a sua compreensão para que se possa entender o ambiente real onde são praticados os atos de consumo, até porque o próprio Código de defesa do consumidor no seu art.3º, § 2º é explícito ao fazer constar que o serviço para fins do CDC deve ser aquele mediante remuneração e oferecido no mercado de consumo: “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.”

Entender-se que mercado seria apenas a simples troca de bens e serviços em um determinado espaço, parece-nos a princípio insuficiente, pelo menos para a reflexão do alcance do seu sentido.

Socorremo-nos, pois, do magistério de Newton De Lucca, para quem ‘*Mercado é o conjunto das relações de troca de bens e de prestação de serviços, praticadas pelos diversos agentes econômicos, em determinado tempo e lugar.*’<sup>11</sup>

Para Bruno Miragem a oferta no mercado de consumo é irrestrita aos interessados. Veja-se:

Mercado de consumo é o espaço ideal e não-institucional, onde se desenvolvem as atividades de troca de produtos e serviços avaliáveis economicamente, mediante oferta irrestrita aos interessados e visando por um lado, a obtenção de vantagens econômicas (por parte dos fornecedores), e por outro a satisfação de necessidade pela aquisição ou utilização destes produtos e serviços (por parte dos consumidores). Trata-se de um espaço não-institucional em face de seu caráter não-formal e independente de estrutura pré-determinada (o ser).<sup>12</sup>

Concordamos com Newton De Lucca no sentido de que há diferença entre mercado e mercado de consumo. Concordamos também com Bruno Miragem no sentido de que a oferta no mercado de consumo é irrestrita. Quanto a este, pedimos *venia* para entender que quando a restrição tiver como finalidade a proteção do consumidor, parece-nos ser possível. Por exemplo, quando um supermercado faz uma promoção de um produto e limita a quantidade de produtos por consumidor. Nesse caso, a restrição tem como finalidade proteger o consumidor uma vez que, não

---

<sup>11</sup> Newton De Lucca, Direito do Consumidor, p.162.

<sup>12</sup> Bruno Miragem, Direito do consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor, p.94.

fosse essa restrição, poderia alguém comprar todos os produtos de uma só vez privando outras pessoas de aproveitarem a promoção.

A partir dos conceitos citados, pelo menos em tese, sentimo-nos instigados a refletir sobre o real alcance do sentido de mercado de consumo para as relações de consumo.

Partindo-se do princípio de que a lei não contém letras mortas, como levados a refletir que a distinção entre mercado e mercado de consumo assume importância substancial para a definição de serviço, isto porque, conforme se vê do texto do parágrafo segundo, do artigo terceiro, é o próprio código que explicita a necessidade de que a oferta de serviço deve ocorrer no ambiente do mercado de consumo.

A reflexão sobre o tema nos parece ser instigante, principalmente porque sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor a oferta é irrevogável (art.30), podendo o consumidor exigir o seu cumprimento de maneira forçada (art.35). Sob esse aspecto, se nos afigura mais instigante ainda a reflexão de uma situação, por exemplo, de um advogado que se recusa a prestar os seus serviços a um consumidor sob o fundamento de que tal pretensão contraria expressa orientação sua, nos termos do parágrafo único do Código de Ética e Disciplina da OAB que disciplina: “É legítima a recusa, pelo advogado, do patrocínio de pretensão concernente à lei ou direito que também lhe seja aplicável, ou contrarie expressa orientação sua, manifestada anteriormente.”. Imagine-se, também, a hipótese não muito

difícil, de um médico ao sair da maternidade após trabalhar dois plantões seguidos, recusar-se a fazer um parto de urgência, sob o argumento de que não possui condições humanas para tal.

Esses exemplos, embora hipotéticos, são perfeitamente possíveis de acontecer no cotidiano e nos faz sentir a necessidade, pelo menos a princípio, de uma reflexão mais perspicaz sobre as peculiaridades da prestação de serviço pelo profissional liberal sob a ótica do CDC, principalmente, no que se refere à recusa da prestação do serviço ao consumidor, diante possibilidade pelo consumidor de exigir o cumprimento forçado da oferta (art.35), e da tipificação pelo CDC, de que constitui prática abusiva a recusa pelo fornecedor em prestar o serviço ao consumidor, declinada no art.39, IX, do Código de Defesa do Consumidor (Lei n.8078, de 11/09/1990):

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

(..)

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;

Embora incitante o tema, o mesmo será abordado no capítulo IV, que analisa o profissional liberal no Código de Defesa do Consumidor.

### III – RELAÇÕES DE CONSUMO

O ser humano vive em contato com seus semelhantes e precisa de determinados procedimentos para melhor viver em comunidade e, nesse passo, exerce a ciência do direito o papel substancial de oferecer subsídios para organização da sociedade. Assim, pode-se dizer que primeiro surgiu a sociedade e em seguida o direito para organizar a convivência harmônica do homem em comunidade.

Para João Batista de Almeida

O consumo é parte indissociável do cotidiano do ser humano. É verdadeira a afirmação de que todos nós somos consumidores. Independentemente da classe social e da faixa de renda, consumimos desde o nascimento e em todos os períodos de nossa existência. Por motivos variados, que vão desde a necessidade da sobrevivência até o consumo por simples desejo, o consumo pelo consumo.<sup>13</sup>

Embora existam regras de direito para serem seguidas pelo homem, não podemos esquecer que nem sempre essas regras caem no conceito popular de justiça. O que para uns é justiça, para outros constitui injustiça. A verdade é que todos nós seres humanos estamos sujeitos a falhas, a tão conhecida falibilidade humana.

---

<sup>13</sup> João Batista de Almeida, manual de direito do consumidor, p.1.

Sem embargo da possibilidade de falha humana, comungamos do entendimento de Rudolf Von Ihering que, sendo muito feliz em suas palavras, expressa o autor alemão o sentimento existente na sociedade quanto ao verdadeiro sentido de justiça ao enfatizar que: “O fim do direito é a paz, o meio de que se serve para conseguí-la é a luta. Enquanto o direito estiver sujeito às ameaças da injustiça – e isso perdurará enquanto o mundo for mundo -, ele não poderá prescindir da luta.”<sup>14</sup>

O consumidor vive no chamado mercado de consumo e o meio pelo qual adquire o produto ou utiliza o serviço é, na maioria das vezes, através do contrato, seja escrito ou verbal.

### 3.1 – O CONSUMIDOR E O FORNECEDOR NO CDC

#### 3.1.1 Consumidor

Para o Código de defesa do consumidor só há dois lados na relação de consumo. De um lado o consumidor, e do outro, como

---

<sup>14</sup> Rudolf Von Ihering – A Luta Pelo Direito, p.27.

fornecedor, todo aquele que contribuiu para a colocação do produto ou serviço no mercado.

O conceito de consumidor objeto deste trabalho é aquele que contrata os serviços do profissional liberal, o destinatário final do serviço, contemplado no art.2º, *caput*, do Código de Defesa do Consumidor: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”

O CDC adotou como conceito de consumidor o de caráter econômico. Para Filomeno:

Consoante já salientado, o conceito de consumidor adotado pelo Código foi exclusivamente de caráter econômico, ou seja, levando-se em consideração tão-somente o personagem que no mercado de consumo adquire bens ou então contrata a prestação de serviços, como destinatário final, pressupondo-se que assim age com vistas ao atendimento de uma necessidade própria e não para o desenvolvimento de uma outra atividade negocial.<sup>15</sup>

Assim, ao se fazer referência a consumidor, estará se fazendo menção àquele que contrata os serviços do profissional liberal, como destinatário final do serviço.

---

<sup>15</sup> José Geraldo Brito Filomeno, Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, p.28.

### 3.1.3. Fornecedor

Como dito, na relação de consumo há dois lados: consumidor e fornecedor. Integra a relação de consumo na qualidade de consumidor para efeito deste trabalho, aquele que contrata o serviço do profissional liberal.

Com o objetivo de facilitar a defesa dos direitos pelo vulnerável na relação de consumo, o Código de Defesa do Consumidor adotou a responsabilidade solidária daqueles que integram a cadeia de fornecimento do serviço no mercado.

Dessa forma, a regra geral é que integra a relação de consumo na qualidade de fornecedor todo aquele que participa da cadeia de fornecimento do produto ou serviço no mercado de consumo.

#### Para Filomeno

Ao invés de utilizar-se de termos como “industrial”, “comerciante”, “banqueiro”, “segurador”, “importador”, ou então genericamente “empresário”, preferiu o legislador o termo “fornecedor” para tal desiderato.

Ou seja, e em suma, o protagonista das sobreditas “relações de consumo” responsável pela colocação de produtos e serviços à disposição do consumidor.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> José Geraldo Brito Filomeno, Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, p.46-47.

O conceito de fornecedor encontra-se disciplinado no art.3º 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.

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

§ 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.

Na lição de Cláudia Lima Marques

Quanto ao fornecimento de serviços, a definição do art. 3º do CDC foi mais concisa e, portanto, de interpretação mais aberta, menciona apenas o critério de desenvolver *atividades de prestação de serviços*. Mesmo o § 2º do art. 3º. define serviço “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo. Mediante remuneração...”, não especificando se o fornecedor necessita ser um profissional, bastando que esta atividade seja habitual ou reiterada. Segundo a doutrina brasileira, fornecer significa “prover, abastecer, garantir, dar, ministrar, facilitar, proporcionar”, uma atividade, portanto, independente de quem realmente detém a propriedade dos eventuais bens utilizados para prestar o serviço e seus deveres anexos. A expressão “atividades” no *caput* do art. 3º. parece indicar a exigência de alguma reiteração ou habitualidade, mas fica clara a intenção do legislador de assegurar a inclusão de um grande número de prestadores de serviços no campo de aplicação do CDC, à dependência única de ser o co-contratante um consumidor.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Cláudia Lima Marques, Contratos no Código de Defesa do Consumidor. p.327.

Assim, a nosso pensar, para o Código de Defesa do Consumidor, o serviço prestado pelo fornecedor deve ser oferecido no mercado de consumo, mediante remuneração e de forma habitual.

## IV - O PROFISSIONAL LIBERAL NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

### 4.1 Conceito

Antes de proceder à análise do profissional liberal sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, é necessária a sua definição.

A expressão profissional liberal tem sido utilizada para identificar aqueles profissionais que prestam serviço de natureza intelectual de maneira independente, sem subordinação.

Para Vítor Morais de Andrade

Não há no Código de Defesa do Consumidor uma definição pronta, acabada e pacífica sobre quem pode ser considerado como um profissional liberal. Em geral, entende-se por profissional liberal todo aquele que presta serviço com independência técnica, e com qualificação e habilitação determinadas pela lei ou pela divisão social do trabalho.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Vítor Morais de Andrade, Sanções Administrativas no Código de Defesa do Consumidor, p.53.

## Para Nehemias Domingos de Melo

Importante esclarecer que profissional liberal é o prestador de serviços que atua em nome próprio, fazendo do exercício de sua profissão uma ferramenta de trabalho e de sobrevivência, sem vínculo de subordinação com aquele que o remunera. Dentre estes se pode enquadrar o médico (com algumas exceções), o advogado, o engenheiro, o dentista e o arquiteto. Verifica-se, assim, que somente o profissional que age em nome próprio pode se beneficiar da exceção legislativa do Código de Defesa do Consumidor, não se podendo estender tal preceito a pessoas jurídicas às quais estejam vinculadas ou prestem serviços.<sup>19</sup>

## Para De Plácido e Silva:

Pela adjectivação de liberal, do latim *liberalis*, de *líber* (livre), literalmente, assim se deve entender toda profissão, que possa ser exercida com autonomia, isto é, livre de qualquer subordinação a um patrão ou chefe.

Dessa forma, é a expressão usada para designar toda profissão, em regra de natureza intelectual, que exerce fora de todo espírito especulativo, revelada pela independência ou autonomia do trabalho que exerce.<sup>20</sup>

## Para Rui Stoco:

O Código de Defesa do Consumidor dispõe no art.14 acerca dos fornecedores de serviços ou prestadores de serviços, que abrangem um universo dilargado e amplo.

Nesse gênero incluem-se os profissionais liberais, que prestam serviços de forma autônoma, como os advogados, médicos, engenheiros, arquitetos e tantos outros, ou até mesmo agrupados em sociedades, cooperativas e outras modalidades.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Nehemias Domingos de Melo, Responsabilidade Civil por erro médico, p.13.

<sup>20</sup> De Plácido e Silva, Vocabulário jurídico, p.647.

<sup>21</sup> Rui Stoco, Tratado de responsabilidade civil, p.486.

Com supedâneo nas lições transcritas, pode-se entender que o profissional liberal é aquele que exerce a profissão de natureza intelectual com autonomia, cuja característica é a independência do trabalho que exerce.

Assim, para fins deste trabalho, será considerado como profissional liberal aquele que exerce sozinho a profissão de natureza intelectual e com autonomia.

Para melhor deslinde da questão, faz-se necessário distinguir a natureza da atividade desenvolvida pelo profissional liberal, para fins de verificação da obrigação assumida, se de meio ou de resultado.

Considerando que as profissões que mais suscitam controvérsia nas suas atividades são o médico e o advogado, limitar-nos-emos a estas nos exemplos, uma vez que quanto ao engenheiro e ao arquiteto a atividade é de resultado.

#### 4.1. Obrigação de meio e obrigação de resultado

Para o profissional liberal, a depender da atividade desenvolvida, a sua obrigação pode ser de meio ou de resultado. Sendo obrigação de meio, o profissional assume apenas o dever de agir com diligência e zelo na

prestação dos seus serviços, porém, não há como garantir o resultado. Por exemplo, um médico quando consultado por um consumidor para tratamento de um problema de saúde. Nesse caso, o médico não pode garantir a cura, que dependerá de como a pessoa vai reagir ao tratamento prescrito. Da mesma forma o advogado que, contratado para defender o direito de alguém em juízo, não pode garantir o resultado, uma vez que não é ele que vai julgar ou decidir a questão, embora se obrigue a cumprir os prazos de forma diligente, além do dever de adotar os remédios jurídicos de maneira adequada.

Ao passo que, sendo obrigação de resultado, há o compromisso do profissional liberal com o resultado final, a exemplo do arquiteto quando se compromete a elaborar um projeto e do cirurgião plástico quando se compromete com o resultado nos casos de cirurgia estética.

Para o magistério de Sílvio de Salvo Venosa:

Não se tratando de cirurgia estético-embelezadora ou de exames clínicos, radiológicos e assemelhados, a obrigação médica é de meio. Não pode o médico assegurar a cura, o resultado. Deve aplicar, no entanto, toda diligência de sua técnica para atingi-lo. Na grande maioria das atuações, portanto, a obrigação do médico é de meio; por vezes será de resultado, como se afirma na cirurgia plástica meramente estética e em exames laboratoriais, hoje cada vez mais sofisticados.<sup>22</sup>

A atividade do advogado, da mesma forma que a do médico, em geral, é atividade de meio, uma vez que se compromete a defender com

---

<sup>22</sup> Sílvio de Salvo Venosa, Direito Civil, p.139.

diligência o direito do seu cliente, entretanto, há quem entenda que a depender da atividade, a obrigação do advogado também pode ser de resultado, como preleciona Sílvio de Salvo Venosa:

No entanto, existem áreas de atuação da advocacia que, em princípio, são caracterizadas como obrigações de resultado, característica de sua atuação extrajudicial. Na elaboração de um contrato ou de uma escritura, o advogado compromete-se, em tese, a ultimar o resultado. A matéria, porém, suscita dúvidas e o caso concreto definirá eventual falha funcional do advogado que resulte em dever de indenizar.<sup>23</sup>

Concordamos com Sílvio de Sávio Venosa quanto ao afirmar que a matéria suscita dúvidas. De fato. Vejam-se, por exemplo, os atuais contratos de bancos, escolas, etc., dificilmente, para não dizer que é impossível, acharemos um contrato que contenha fundamentação do no Código de Defesa do Consumidor, muito embora tanto o Banco como a escola sejam fornecedores de serviços. Normalmente esses contratos são firmados com fundamento no Código Civil. O que dizer disto, se o entendimento de quem elaborou o contrato foi um civilista que não reconhece o direito do consumidor como ramo autônomo do direito? A matéria de fato suscita dúvidas no aspecto e o caso concreto é que demonstrará a existência ou não de falha.

---

<sup>23</sup> Sílvio de Salvo Venosa, Direito Civil, p.260.

## Para Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho:

As obrigações do médico, em geral, assim como as do advogado, são fundamentalmente, de meio, uma vez que esses profissionais, a despeito de deverem atuar segundo as mais adequadas regras técnicas e científicas disponíveis naquele momento, não podem garantir o resultado de sua atuação (a cura do paciente, o êxito no processo).<sup>24</sup>

## Na lição de Maria Helena Diniz

A obrigação de meio é aquela em que o devedor se obriga tão-somente a usar de prudência e diligência normais na prestação de certo serviço para atingir um resultado, sem, contudo, se vincular a obtê-lo. Inere-se daí que sua prestação não consiste num resultado certo e determinado a ser conseguido pelo obrigado, mas tão-somente numa atividade prudente e diligente deste em benefício do credor. Seu conteúdo é a própria atividade do devedor, ou seja, os meios tendentes a produzir o escopo almejado, de maneira que a inexecução da obrigação se caracteriza pela omissão do devedor em tomar certas precauções, sem se cogitar do resultado final.<sup>25</sup>

## Preleciona ainda a autora:

A obrigação de resultado é aquela em que o credor tem o direito de exigir do devedor a produção de um resultado, sem o que se terá o inadimplemento da relação obrigacional. Tem em vista o resultado em si mesmo, de tal sorte que a obrigação só se considerará adimplida com a efetiva produção do resultado colimado.<sup>26</sup>

O Código de Defesa do Consumidor adotou como regra a responsabilidade objetiva do fornecedor (arts.12,18 e 20), entretanto, ao

---

<sup>24</sup> Pablo Stolze Gagliano e Rodolfo Pamplona Filho, Novo curso de Direito Civil, p.205.

<sup>25</sup> Maria Helena Diniz, Curso de direito civil, p288.

<sup>26</sup> Maria Helena Diniz, Curso de direito civil, p289.

tratar do profissional liberal, adotou a teoria da responsabilidade civil subjetiva ou aquiliana, ao disciplinar no art.14, § 4º, que: “a responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.”

Há, contudo, quem entenda, a exemplo de Rui Stoco, que, o Código de Defesa do Consumidor ao adotar para o profissional liberal a teoria da responsabilidade civil subjetiva, afastou da sua incidência esses profissionais.

Para o doutrinador:

Como não se desconhece, tudo que se ligue ao consumo é regido pelo Código de Defesa do Consumidor. Portanto, a colocação de produtos no mercado ou a prestação de serviços regem-se por esse importante Estatuto.

Contudo, o § 4º do art.14 dispõe que “a responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante culpa”.

Significa que essa porção dos prestadores de serviço, que abriga os profissionais liberais, foi afastada da incidência do Código do Consumidor, que, como regra que não encontra exceção, estabelece a responsabilidade objetiva pelo fato do produto e pelo vício do produto ou do serviço.

Portanto, por previsão expressa, os profissionais liberais só podem ser responsabilizados no plano da responsabilidade mediante verificação de culpa.

Para nós foram excluídos do Código do Consumidor e estão regidos pelo Código Civil, como sinalizam os arts.186 e 951 deste último.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Rui Stoco, Tratado de responsabilidade civil, p.486.

Para o magistério de Cláudia Lima Marques, a aplicabilidade do art.14, § 4º do Código de Defesa do Consumidor cinge-se aos casos de defeito no serviço e não se aplica às pessoas jurídicas. As questões relativas à adequação continuam sendo regidas pelo art.20 do mencionado diploma.

Veja-se:

A única exceção do sistema do CDC de responsabilidade objetiva é o parágrafo 4º, do art.14 do CDC, que privilegia os profissionais liberais, retornando ao sistema subjetivo de culpa. Relembre-se que este artigo apenas se aplica ao caso de defeito no serviço, falhas na segurança deste, muito comum no caso dos médicos, mas pouco comum no caso dos advogados. As falhas de adequação dos serviços dos profissionais continuam regulados pelo art.20 do CDC, com sua responsabilidade solidária e de estilo contratual, logo, sem culpa. Também parece-me que as pessoas jurídicas formadas por médicos ou outros profissionais perdem este privilégio, devendo ser tratadas como fornecedores normais, elas mesmas não profissionais liberais. Aqui privilegiado não é o tipo de serviço, mas a pessoa (física) do profissional liberal.<sup>28</sup>

Para Maria Helena Diniz:

Sem embargo dessas opiniões, entendemos que aos profissionais liberais e aos manuais, quer quando se obrigam à realização de uma coisa, como, p.ex., o arquiteto, o pintor, etc., quer quando se vinculam à prestação de seus serviços, como p.ex., o advogado, o médico, o dentista, o enfermeiro, se aplicam as noções de obrigações de meio e de resultado, que partem de um contrato. Logo, não poderá deixar de ser contratual a responsabilidade decorrente de infração dessas obrigações.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Cláudia Lima Marques, Comentários ao Código de Defesa do Consumidor, p.248-249.

<sup>29</sup> Maria Helena Diniz, Curso de direito civil, p288.

Para Zelmo Denari, a distinção entre contrato de meio ou contrato de resultado não interfere quanto à incidência do Código de Defesa do Consumidor aos profissionais liberais:

Certo setor doutrinário acena para uma particularidade muito sutil, sustentando que nos contratos de resultado – em que a remuneração do profissional fica condicionada a determinado resultado favorável ao cliente, em contraposição aos contratos de meio – deve ser aplicada, excepcionalmente, a regra da responsabilidade objetiva, e não subjetiva. Não se pode compartilhar esse ponto de vista, pois a natureza do contrato (de resultado ou de meio) não tem nada a ver com a natureza *intuitu personae* da responsabilidade do profissional.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Zelmo Denari, Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, p.206.

Nos tribunais, o entendimento é de que se aplica o Código de Defesa do Consumidor aos profissionais liberais, com as ressalvas do art.14, §4º. Veja-se das ementas a seguir declinadas do Tribunal Superior do Trabalho e do Superior Tribunal de Justiça, respectivamente:

**Ementa:**

**RECURSO DE REVISTA. INCOMPETÊNCIA DA JUSTIÇA DO TRABALHO. EXECUÇÃO DE HONORÁRIOS ADVOCATÍCIOS. CONTRATO DE MANDATO. RELAÇÃO DE TRABALHO X RELAÇÃO DE CONSUMO.** A Justiça do Trabalho é incompetente para julgar a presente ação, em que o **advogado**, profissional liberal, busca o recebimento dos honorários advocatícios pelos serviços executados. Trata-se de uma **relação de consumo**, e não de trabalho, sendo, portanto, de competência da Justiça Comum. **In casu**, o trabalho não é o cerne do contrato, mas sim um bem de consumo que se traduziu nele, que é o resultado esperado diante de um contrato realizado entre as partes, qual seja, prestação de serviços de advocacia como profissional liberal. Assim, a competência da Justiça do Trabalho estará assegurada apenas quando não houver, pela natureza dos serviços realizados, relação contratual de consumo. A apreciação da matéria, que nos parece mais coerente, deve levar em consideração, pelo caráter bifronte da relação, a regra da -bilateralidade da competência- (Ministro João Oreste Dalazen), pela via da ação de reconvenção, em que o juiz competente para a ação, também o deve ser para a reconvenção. Recurso de revista conhecido e provido. (**Processo:** RR - 89900-80.2007.5.23.0002 **Data de Julgamento:** 10/03/2010, **Relator Ministro:** Aloysio Corrêa da Veiga, 6ª Turma, **Data de Divulgação:** DEJT 19/03/2010.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Consulta em 25/03/2010 ao [www.tst.jus.br](http://www.tst.jus.br) no endereço: <http://aplicacao.tst.jus.br/consultaunificada2/>

RECURSO ESPECIAL. ERRO MÉDICO. CIRURGIÃO PLÁSTICO. PROFISSIONAL LIBERAL. APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. PRECEDENTES. PRESCRIÇÃO CONSUMERISTA.

I – Conforme precedentes firmados pelas turmas que compõem a Segunda Sessão, é de se aplicar o Código de Defesa do Consumidor aos serviços prestados pelos profissionais liberais, com as ressalvas do § 4º do art.14.

II – O fato de se exigir comprovação da culpa para poder responsabilizar o profissional liberal pelos serviços prestados de forma inadequada, não é motivo suficiente para afastar a regra de prescrição estabelecida no artigo 27 da legislação consumerista, que é especial em relação às normas contidas no Código Civil. Recurso especial não conhecido. (Processo REsp 731078 / SP RECURSO ESPECIAL 2005/0036043-2 relator Min. Castro Filho. Órgão julgador 3ª Turma. Data julgamento: 13.12.2005. Data da publicação/fonte: DJ 13/02/2006 p. 799 RSTJ vol. 206 p. 309).<sup>32</sup>

Para João Batista de Almeida

Concordam doutrina e jurisprudência que a grande maioria dos profissionais liberais, como advogado, médico (exceto cirurgião plástico), só respondem se agirem com culpa, porque assumiram obrigação de meio. Já os que assumiram obrigação de resultado como o cirurgião plástico, o engenheiro e o arquiteto, respondem objetivamente, ou seja, independentemente de culpa.<sup>33</sup>

Concordamos com João Batista de Almeida no que se refere à responsabilização de forma objetiva aplicada ao profissional liberal cuja atividade se compromete com o resultado, a exemplo do cirurgião plástico. Quanto ao advogado, mantemos o nosso entendimento no sentido de que o caso concreto é que demonstrará a existência de falha ou não. No caso do

---

<sup>32</sup> Consulta em 25/03/2010 ao [www.stj.jus.br](http://www.stj.jus.br) no endereço: [http://www.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp?newsession=yes&tipo\\_visualizacao=RESUMO&b=ACOR&li vre=aplicação%20do%20cdc%20ao%20profissional%20liberal](http://www.stj.jus.br/SCON/pesquisar.jsp?newsession=yes&tipo_visualizacao=RESUMO&b=ACOR&li vre=aplicação%20do%20cdc%20ao%20profissional%20liberal)

<sup>33</sup> João Batista de Almeida, Manual de direito do consumidor, p.64.

médico, a tecnologia já possibilita ao profissional inclusive projetar na tela do computador a imagem do consumidor após o resultado da cirurgia.

Para Nehemias Domingos de Melo

O que impende considerar é que o profissional na área de cirurgia plástica, nos dias atuais, promete e se compromete com um determinado resultado (aliás, essa é a sua atividade-fim), prevendo, inclusive com detalhes, esse novo resultado estético procurado pelo cliente. Alguns se utilizam até mesmo de programas de computador para projetarem a nova imagem desejada (nariz, boca, olhos, seios, nádegas, etc.), através de montagem, escolhida na tela do computador ou na impressora, para que o cliente decida. Estabelece-se, sem nenhuma dúvida, entre médico e paciente uma relação contratual de resultado que deve ser honrada. Portanto, *pacta sunt servanda*.<sup>34</sup>

Como se vê, nas profissões liberais, a atividade desenvolvida é que vai definir a natureza da obrigação assumida pelo profissional, se de meio, ou de resultado, e isto pode acontecer tanto com o advogado como com o médico. Já para o arquiteto e o engenheiro, por exemplo, é pacífico tratar-se de atividades as quais a obrigação é de resultado.

---

<sup>34</sup> Nehemias Domingos de Melo, Responsabilidade Civil por erro médico, p.102.

## V – A INFORMAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

### 5.1. Conceito geral de Informação e expectativa

Antes de abordar a informação nas relações de consumo, é necessário primeiro definir-se informação e expectativa.

Para o dicionário Aurélio, informar é: ato ou efeito de informar ou informar-se. Dados acerca de alguém ou de algo. Conhecimento. participação. Comunicação ou notícia trazida ao conhecimento de uma pessoa ou do público.<sup>35</sup>

Para De Plácido e Silva

Informação. Do latim *information*, de *informare* (instruir, esboçar, dar forma), é o vocábulo tido, geralmente, no sentido de *notícia, comunicação, pesquisa ou exame*, acerca de certos fatos, que se tenham verificado e para sua confirmação ou elucidação. E, neste aspecto, equivale a *conhecimento e cognição*.<sup>36</sup>

Para Márcia Tolotti em importante estudo sobre as armadilhas de consumo, chama a atenção para a importância da informação para as pessoas. Afirma que “Conhecimento é capital. Informação é tudo”.

---

<sup>35</sup> Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa. 2 ed. editora nova fronteira, Rio de Janeiro, p.944.

<sup>36</sup> De Plácido e Silva, Vocabulário jurídico, p.431.

## Para a mencionada doutrinadora

Quando uma pessoa está assistindo ao telejornal e ouve que duas empresas de telefonia farão uma fusão, essa notícia pouco importa. Mas a mesma informação, ouvida por um investidor, poderá representar uma oportunidade de negócios. A diferença não está na quantia de dinheiro que cada um possui, até porque várias pessoas, com um bom saldo bancário, ouvem as notícias e não sabem o que fazer com elas. A diferença está no conhecimento.<sup>37</sup>

Assim, diante das definições e exemplos transcritos, a nosso pensar, é imprescindível diferenciar a comunicação da informação. Concordamos com Alexandre David Malfatti quando afirma que a informação que interessa ao direito é a que se encontra inserida no processo de comunicação entre pessoas.<sup>38</sup>

No que se refere à comunicação, pedimos *venia* não para discordar, mas para nos permitir entender que nem todo processo de comunicação produz uma informação, muito embora nos pareça ser incontestável que toda informação é veiculada através de um processo de comunicação entre pessoas.

No mesmo diapasão, percebemos que a informação é uma necessidade humana a fim de que se tenha conhecimento sobre algo, alguma coisa ou alguém com o propósito de interação.

---

<sup>37</sup> Márcia Tolotti, *As armadilhas do Consumo*, p.21.

<sup>38</sup> Vide *O Direito de Informação no Código de Defesa do Consumidor*, p.158.

A diferença entre informação e comunicação é importante para que se possa entender a linha de raciocínio a seguir desenvolvida. Isto porque o Código de Defesa do Consumidor consagra como um dos direitos básicos a informação.

Quanto à expectativa, mais uma vez nos socorremos ao magistério de De Plácido e Silva:

Expectativa. De expectar, do latim *expectare* (esperar), o mesmo que *expectação*, do latim *expectatio* (esperança), entende-se a probabilidade ou possibilidade de vir uma pessoa a adquirir ou ter, em futuro, um *direito*, pertencente a outrem, ou que somente passará a ser do expectante, quando realizadas certas condições ou advindos certos eventos.

É uma esperança. E, nesta razão, não tem *existência atual*. Em relação ao direito é a *mera possibilidade* de vantagem que poderá, ou não, vir, pelo que bem se distingue do direito atual, adquirido, que já é existente. E não uma esperança de futura aquisição, em que se funda a expectativa.<sup>39</sup>

Para se ter uma ideia do que representa a expectativa, faz-se oportuno o apontamento de Ann Demarais e Valerie White sobre a importância das primeiras informações para as pessoas num primeiro contato.

---

<sup>39</sup> De Plácido e Silva, Vocabulário jurídico, p.339.

Afirmam os autores:

As pesquisas psicológicas revelaram que as pessoas dão um peso muito maior às informações iniciais do que às posteriores, quando avaliam as pessoas. Por um motivo simples: as primeiras informações que recebemos sobre qualquer coisa – lugares, pessoas, idéias – influenciam a forma como processamos as informações que vêm depois. Em outras palavras, as pessoas tendem a acreditar que as primeiras coisas que aprendem são a verdade.<sup>40</sup>

O apontamento acima demonstra a responsabilidade do profissional liberal no que se refere às informações a serem passadas ao consumidor no momento da apresentação do seu diagnóstico.

### 5.1. A Informação no CDC

O direito a informação foi uma das maiores preocupações para a equipe de juristas que elaborou o anteprojeto do Código de Defesa do Consumidor.

O direito a informação também constou do rol da mensagem enviada pelo presidente John Kennedy ao congresso em 15 de março de 1962, que consagrou os primeiros direitos do consumidor e inspirou a ONU

---

<sup>40</sup> Ann Demarais e Valerie White (tradução de Cláudio Figueiredo), A primeira impressão é a que fica, p.24.

na elaboração da declaração nº 39/248, de 09-04-1985, também sobre direitos do consumidor.

Para Fábio Konder Comparato:

Na verdade, esse ingresso recente da figura do consumidor nos textos constitucionais é bem compreensível, pois o próprio direito do consumidor, em seu conjunto, como realização de uma política pública, é algo de novo na evolução do Direito. Se se quiser datar sua origem, pode-se dizer que ela remonta a 1962, ano em que o Presidente Kennedy publicou sua famosa mensagem, definindo quatro direitos fundamentais dos consumidores: o direito à segurança, o direito à informação, o direito de escolha e o direito de ser ouvido ou consultado.<sup>41</sup>

Para Filomeno:

Nessa trilha de preocupações é que se encontra a Resolução nº 39/248 da Organização das Nações Unidas, aprovada em sessão plenária de 9-4-1985, inspirada na famosa declaração dos direitos do consumidor, proferida pelo Presidente John Kenedy, em 15-3-1962, data em que, por sinal, se comemora o “dia internacional do consumidor”.<sup>42</sup>

A data da mensagem, 15 de março, deu origem ao dia internacional do consumidor e por sua vez estimulou a elaboração da lei brasileira nº 10.504 de 2002, que criou o dia nacional do consumidor, assim dispondo no seu art.1º: “É instituído o Dia Nacional do Consumidor, que será comemorado, anualmente, no dia 15 de março.”

---

<sup>41</sup> Apud NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. A Proteção Constitucional do Consumidor. Rio de Janeiro: Forense, 2002, p.27.

<sup>42</sup> José Geraldo Brito Filomeno, Manual de Direitos do Consumidor, p.27.

O Código de Defesa do Consumidor consagrou também como um dos direitos básicos o direito à informação adequada e clara. Veja-se:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

Alexandre David Malfatti em estudo sobre o direito de informação no código de defesa do consumidor preleciona: “Informação é a exposição de uma determinada situação de fato, que verse sobre pessoas, coisas ou qualquer outra relação.”<sup>43</sup> Após tecer algumas considerações sobre o processo de comunicação assevera: “Como regra, a informação que interessa ao direito é aquela que se insere no processo de comunicação entre pessoas, integrando o sistema social.”<sup>44</sup>

Para o magistério José Geraldo Brito Filomeno “trata-se, repita-se, do dever de informar bem o público consumidor sobre todas as características importantes de produtos e serviços, para que aquele possa

---

<sup>43</sup> O direito de informação no Código de defesa do consumidor. São Paulo : Alfabeto Jurídico, 2003, pp.157/158.

<sup>44</sup> O direito de informação no Código de defesa do consumidor. São Paulo : Alfabeto Jurídico, 2003, p.158.

adquirir produtos, ou contratar serviços, sabendo exatamente o que poderá esperar deles.”<sup>45</sup>

Considerando que tanto a informação como a expectativa são reflexos do comportamento humano, temos de um lado o profissional liberal e do outro o consumidor. A nosso pensar, o tema suscita para ambos, mas principalmente para o profissional liberal que é consultado, o dever de agir de forma ética.

Para De Plácido e Silva:

ÉTICA. Derivado do grego *ethikos*, é definida como a ciência da moral.

Mas, na terminologia da técnica profissional, é o vocábulo usado, sob a expressão de *ética profissional*, para indicar a soma de deveres, que estabelece a norma de conduta do profissional no desempenho de suas atividades e em suas relações com o cliente e todas as demais pessoas com quem possa ter trato.

Assim, estabelece a pauta de suas ações em todo e qualquer terreno, onde quer que venha exercer a sua profissão.<sup>46</sup>

Assim, a informação é o exercício da comunicação dotado de dever ético.

---

<sup>45</sup> Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. Forense universitária, 9ª Ed., 2007, p.146.

<sup>46</sup> De Plácido e Silva, Vocabulário jurídico, p.328.

Ao tratar da publicidade no art.36, o diploma consumerista novamente refere-se à informação como dados capazes de possibilitar ao consumidor o contato com a situação de forma consciente.

Ao disciplinar a publicidade enganosa no art.37, § 1º, o CDC faz referência aos termos informação e comunicação, como que reconhecendo a diferença de sentido entre as terminologias e como artifício de evitar qualquer dificuldade na aplicação de seus princípios e regras no caso concreto.

Quando o CDC trata da inversão do ônus da prova na publicidade, art.38, mais uma vez faz uso das expressões informação e comunicação publicitária.

Com essas observações, a nosso pensar, a informação adequada é aquela que possibilita ao consumidor exercer de forma consciente o seu direito de escolha, podendo optar pela contratação ou não.

A comunicação, por sua vez, apenas enquanto processo, não leva em seu conteúdo informação capaz de possibilitar ao consumidor o exercício do direito de escolha de forma consciente e, embora permita o contato entre o emissor e o receptor, nela não há informação.

Assim, a informação é o exercício da comunicação dotado do dever ético de possibilitar ao consumidor o exercício de forma livre e consciente do seu direito de escolha.

## 5.2. A informação e a expectativa nos serviços prestados pelo profissional liberal

Conforme já exposto, a informação e a expectativa estão diretamente ligadas às condutas praticadas pelo profissional liberal e pelo consumidor durante a apresentação do diagnóstico.

A informação, conforme afirmado, é o dever imposto ao profissional liberal para que possibilite ao consumidor exercer de forma livre e consciente o seu direito de escolha, seja pela contratação do serviço ou não. É a informação prestada pelo profissional liberal que possibilitará o exato limite da extensão da expectativa criada no consumidor.

Indubitavelmente, embora o diagnóstico apresentado pelo advogado profissional liberal tome por base os fatos narrados pelo cliente, incumbe ao profissional por ser conhecedor tecnicamente do serviço que oferta no mercado, um dever maior de responsabilidade na apresentação do seu diagnóstico, isto para evitar que o cliente crie uma falsa expectativa.

Não se pode esquecer, contudo, que quando o consumidor procura o profissional liberal, carrega consigo a expectativa de uma resolução positiva ao problema exposto.

A expectativa criada no consumidor é bem retratada na lição de Marcos Mendes Lyra:

Há, pois, um desequilíbrio de conhecimento, em que um domina todas as informações sobre o produto, ao passo que outro tem apenas expectativas fundadas nas ideias geradas pela publicidade.<sup>47</sup>

Esclarece-se que o dever de informação adequada aplicado ao profissional liberal é o mesmo, independente da obrigação assumida, se de meio ou de resultado, muito embora se nos afigure um dever maior de cautela nos diagnósticos de obrigação de resultado em razão da expectativa criada no consumidor. Isto, no mínimo, pelo dever de boa-fé objetiva aplicado às partes contratantes.

A boa-fé objetiva, acreditamos, trata-se do dever que cada uma das partes tem de corresponder à expectativa criada na outra durante as tratativas que culminaram com a assinatura do contrato de prestação de serviço.

A informação, conforme exposto, constitui direito básico do consumidor. A mesma preocupação que objetivou a inserção do direito à informação na lei, também consta no Código Ética de profissionais liberais, a exemplo do Código de ética e Disciplina da OAB, o qual impõe ao

---

<sup>47</sup> Marcos Mendes Lyra, Controle das Cláusulas Abusivas nos Contratos de Consumo, p.2-3.

advogado o dever de informação, no seu art.8º: “O advogado deve informar ao cliente de forma clara e inequívoca, quanto a eventuais riscos da sua pretensão, e das consequências que poderão advir da demanda”.

O advogado tem o dever de possibilitar ao seu cliente a compreensão dos riscos decorrentes da demanda caso venha a contratar. Isso implica a apresentação de um diagnóstico preciso e didático que deve levar em consideração além do conhecimento intelectual do cliente, a sua capacidade de compreensão do diagnóstico.

A nosso pensar, acreditamos ser prudente que o advogado faça constar em seu contrato de prestação de serviços advocatícios, principalmente, quando se tratar de atividade na qual a obrigação assumida seja de meio, cláusula explícita com letras maiores do que as utilizadas no restante do contrato, de maneira que salte aos olhos, exigindo-se ciência expressa do consumidor, de que os serviços contratados, por se tratarem de obrigação de meio, não constituem garantia de êxito da demanda.

Do mesmo modo, acredita-se ser aconselhável que o advogado faça constar em seu contrato firmado com o cliente cláusula em destaque de maneira que também salte aos olhos, dos riscos de pagamento pelo cliente, da pena de sucumbência na eventual possibilidade de insucesso da

demanda. A sucumbência é uma penalidade aplicada pelo juiz ao proferir a sentença, a quem perde uma ação na justiça.<sup>48</sup>

O juiz ao proferir a sentença condena a parte vencida a pagar ao advogado da parte vencedora na ação um percentual sobre o valor da causa.

O Código de Ética do médico, da mesma forma que o Código de Defesa do Consumidor, também determina ao médico o dever de informação, porém, faz ressalva quando tal informação causar dano ao paciente, consoante disciplina o art.59, *verbis*:

Deixar de informar ao paciente o diagnóstico, o prognóstico, os riscos e objetivos do tratamento, salvo quando a comunicação direta ao mesmo possa provocar-lhe dano, devendo, nesse caso, a comunicação ser feita ao seu responsável legal.

Sobre o tema, merece registro o apontamento de Nehemias Domingos de Melo quanto ao tratamento dado à matéria pelo Código Civil de 2002 e o dever de informação pelo médico imposto pelo Código de Defesa do Consumidor. Para o doutrinador:

---

<sup>48</sup> CPC, art. 20. “A sentença condenará o vencido a pagar ao vencedor as despesas que antecipou e os honorários advocatícios. Esta verba honorária será devida, também, nos casos em que o advogado funcionar em causa própria.”

Nosso Código Civil é peremptório quando consigna: “*Ninguém pode ser constrangido a submeter-se, com risco de vida, a tratamento médico ou a intervenção cirúrgica*” (Lei nº.10.406/02, art.15). De outro lado, o Código de Defesa do Consumidor enumera entre os direitos básicos do consumidor “*a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem*” (Lei nº 8.078/90, art.6º, III).<sup>49</sup>

Sem embargo dos argumentos e da fundamentação abalizada exposta pelo autor, pedimos *venia* para não acompanhá-lo. Acreditamos que a ressalva disciplinada no Código de Ética Médica ultrapassa a literalidade da lei só podendo ser analisada no caso concreto, uma vez que somente após a consulta é que o médico terá a possibilidade de analisar o paciente quanto às condições de suportar a realidade do diagnóstico.

O Código de Ética dispõe mais ainda sobre a informação. Exige além do dever de informação pelo profissional, o consentimento informado do consumidor.

---

<sup>49</sup> Nehemias Domingos de Melo, Responsabilidade Civil por erro médico, p.88.

Para o magistério de Nehemias Domingos de Melo:

Antes de realizar qualquer procedimento, principalmente os de risco ou de intervenções cirúrgicas, o médico deve obter o consentimento informado do paciente ou, na sua impossibilidade, do seu representante legal ou dos parentes mais próximos, conforme expressamente preceituado pelo Código de Ética Médica, que determina ser proibido ao médico, “*efetuar qualquer procedimento médico sem o esclarecimento e o consentimento prévios do paciente ou de seu responsável legal, salvo iminente perigo de vida*” (Res. CFM nº 1.246/88, art.46).<sup>50</sup>

O novo Código de Ética Médica que entrará em vigência em abril de 2010, Resolução CFM 1931/2009, publicada no D.O.U. de 24 de setembro de 2009, Seção I, p.90, com retificação publicada no D.O.U. de 13 de outubro de 2009, Seção I, p.173, também consagra como dever do médico o consentimento informado do paciente no seu art.22 ao disciplinar ser vedado ao médico “Deixar de obter consentimento do paciente ou de seu representante legal após esclarecê-lo sobre o procedimento a ser realizado, salvo em caso de risco iminente de morte.”

---

<sup>50</sup> Nehemias Domingos de Melo, Responsabilidade Civil por erro médico, p.87.

## Para Jurandir Sebastião

Evidente que só se cogita de *consentimento* quando o paciente tem *lucidez e compreensão* suficientes. Por exemplo, nos casos de *anestesia*, tão logo iniciado o processo de anestesiamento a responsabilidade pela dosagem, interrupção, modificação e restabelecimento do paciente é apenas do médico que se incumbiu desse mister, pouco importando a combinação prévia. Na psiquiatria, por questões óbvias, o consentimento do paciente acometido de anomalias psíquicas não conta. Neste caso, as advertências e o contrato referentes ao tipo e custo do tratamento deverão ser tratados com a família ou com os interessados legais.<sup>51</sup>

Uma situação que nos chama a atenção é quanto ao limite de atuação do médico cirurgião plástico na sua obrigação de resultado assumida, quando os riscos a serem enfrentados pelo paciente são maiores do que os possíveis benefícios a serem experimentados.

O paciente, quando procura um cirurgião plástico em busca de um resultado, carrega consigo, além da expectativa de uma cirurgia bem sucedida, a vulnerabilidade psicológica, que pode ser uma angústia ou a própria insatisfação com o seu corpo, a ponto de aceitar prontamente o diagnóstico apresentado pelo médico sem qualquer análise de forma consciente.

Oportuno o magistério de Márcia Tolotti sobre os reflexos da angústia em obra que trata das armadilhas do consumo.

---

<sup>51</sup> Jurandir Sebastião, Responsabilidade Médica: civil, criminal e ética, p.78.

Para a autora “Comprar é uma arte que pode ser apreciada. Mas pode se transformar em um veneno, se for tomado como remédio contra a insatisfação, depressão, baixa estima e angústia.”<sup>52</sup>

Sobre o tema, preleciona Aguiar Dias: “embora reconhecida a necessidade da operação, deve o médico recusar-se a ela, se o perigo de intervenção é maior que a vantagem que poderia trazer ao paciente”.<sup>53</sup>

Acompanhamos o entendimento de Aguiar Dias. Diante de um diagnóstico de que o perigo que envolve a realização da cirurgia é maior que a vantagem, acreditamos que maior prudência não há senão a recusa do médico em realizar a cirurgia.

---

<sup>52</sup> Márcia Tolotti, *As armadilhas do Consumo*, p.47.

<sup>53</sup> Apud Nehemias Domingos de Melo, *Responsabilidade Civil por erro médico*, p.104.

#### 5.4. A recusa da prestação de serviço pelo profissional liberal

Este ponto de análise nos incita a refletir sobre o que foi abordado, de maneira superficial, no segundo capítulo, quando tratamos do tópico mercado de consumo.

O trabalho em si, conforme exposto, é um convite à reflexão. Esse tópico mais ainda. Nesse contexto, passaremos a proceder à análise da recusa da prestação de serviço pelo profissional liberal a partir da reflexão de uma distinção entre mercado e mercado de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor disciplina no art.3º, §2º que: “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.”

Observa-se do Código de Defesa do Consumidor que nos seus dispositivos há a utilização das expressões mercado e mercado de consumo.

A expressão mercado de consumo está grafada nos seguintes dispositivos: art. 3º, §2º; art.4º, inciso II, alínea c; incisos IV, VI e VIII; art.10§ 1º; art.39, inciso VIII; art.55, §1º e § 3º. A expressão mercado está grafada apenas duas vezes, sendo uma no art.12, § 3, incisos I e II e no art.64, *caput*, e no seu parágrafo único.

A utilização das duas expressões nos vários dispositivos elencados no código e em diferentes capítulos nos incita a refletir se a opção pela grafia de expressões diversas teve como finalidade diferenciar o mercado do mercado de consumo.

Quando o CDC faz referência ao local do fornecimento do serviço mediante remuneração, utiliza a expressão mercado de consumo (art.3º, §2º).

O diploma consumerista também faz uso da expressão mercado de consumo quando trata dos princípios da política nacional de relações de consumo ao elencar como princípio a presença do Estado no mercado de consumo (art.4º, inciso II, alínea c)<sup>54</sup>.

A expressão mercado de consumo é ainda utilizada quando faz referência a educação e informação de fornecedores e consumidores (inciso IV do art.4º)<sup>55</sup>; também é usada quando trata da coibição e repressão de abusos praticados (inciso VI),<sup>56</sup> e quando se refere ao “estudo constante das modificações do mercado de consumo” no inciso VIII do art.4º.

Já no que se refere à expressão mercado, o legislador fez uso quando tratou da responsabilidade pelo fato do produto do fabricante,

---

<sup>54</sup> Art.4º.

II

c) pela presença do Estado no mercado de consumo.

<sup>55</sup> IV-educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria de mercado de consumo.

<sup>56</sup> VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

produtor, construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador, ao excluir a responsabilidade quando provar que não colocou o produto no mercado (art.12, §3º), e para definir que o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado (art.12, § 2º).

Sobre as causas excludentes de responsabilidade do art.12, é oportuno o magistério de Zelmo Denari, co-autor do CDC:

Colocar o produto no mercado de consumo significa introduzi-lo no ciclo produtivo-distributivo, de uma forma voluntária e consciente. Uma diretiva italiana alude à introdução do produto no mercado, configurando a “*messa circolazione*” ainda que tenha sido confiado ao consumidor para testes ou como simples mostruário (cf.art.7º, § 1º), bem como no momento em que o fornecedor entrega o produto ao transportador ou despachante para remessa ao consumidor (cf. art. 7º, § 2º).

Os exemplos mais nítidos da causa excludente prevista no inc. I seriam aqueles relacionados com o furto ou roubo de produto defeituoso estocado no estabelecimento, ou com a usurpação do nome, marca ou signo distintivo, cuidando-se, nesta última hipótese, da falsificação do produto. Da mesma sorte, pode ocorrer que, em função do vício de qualidade, o produto defeituoso tenha sido apreendido pela administração e, posteriormente, à revelia do fornecedor, tenha sido introduzido no mercado de consumo, circunstância esta eximente da sua responsabilidade.<sup>57</sup>

Sem entrar no mérito com referência a responsabilidade pelo fato do produto, uma vez que esta não é objeto deste trabalho, o exemplo citado

---

<sup>57</sup> Zelmo Denari, Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, p.196-197.

por Zelmo Denari é didático e esclarecedor quanto à distinção entre mercado e mercado de consumo.

A utilização da expressão mercado no art.12,do CDC, parece-nos direcionar para a ideia de que o produto estará no mercado enquanto estiver na posse do fabricante, do produtor, do construtor e do importador, e nesse espaço, não se aplica as regras do CDC.

A nosso pensar, no mercado não há que se falar em vinculação da oferta, pois tal vinculação (art.30, do CDC) é própria do mercado de consumo, onde sob as regras do Código de Defesa do Consumidor, aquele que viu o anúncio poderá exigir do fornecedor diante da sua recusa, o cumprimento forçado do que lhe foi oferecido (art.35, do CDC).

Do mesmo modo, no mercado nos parece que não há a obrigatoriedade de o fornecedor prestar o seu serviço a quem pretenda adquirir.

O Código de Defesa do Consumidor tipifica como prática abusiva no art.39, IX, ao disciplinar que é vedado ao fornecedor: “recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais”.

A interpretação sistemática dos dispositivos mencionados com a definição de serviço do parágrafo único do art.2º supracitado nos direciona a pensar que, para o diploma consumerista o fornecedor, uma vez ofertando

o serviço no mercado de consumo, tem o dever de cumprir a oferta por ele veiculada, já que o nosso código não admite a revogação da oferta. Da mesma forma, não pode se recusar a prestar o serviço a quem pretenda adquirir mediante pronto pagamento.

Merece apontamento o magistério de Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin sobre a oferta para o direito do consumidor:

Oferta, em tal acepção, é sinônimo de marketing, significando todos os métodos, técnicas e instrumentos que aproximam o consumidor dos produtos e serviços colocados à sua disposição no mercado pelos fornecedores. Qualquer uma dessas técnicas, desde que “suficientemente precisa”, pode transformar-se em veículo eficiente de oferta vinculante.<sup>58</sup>

No caso do advogado, a publicidade dos seus serviços é regulada pelo Provimento 94/2000, do Conselho Federal da OAB que determina moderação (art.3º, § 1º) na divulgação dos serviços pelo advogado.

Reconhece-se que, indubitavelmente, uma placa grande na frente do escritório é algo que pode despertar o interesse do cliente levando-o até o escritório, conforme narrado nos exemplos citados.

---

<sup>58</sup> Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin, Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto, p.267.

Oportuna a lição de Rizzatto Nunes sobre o princípio da vinculação:

É o fenômeno da vinculação. Oferecida a mensagem, fica o fornecedor a ela vinculado, podendo o consumidor exigir seu cumprimento forçado nos termos do art.35. Se o fornecedor quiser voltar atrás na oferta não poderá fazê-lo, até porque, como de resto decorre da estrutura do CDC, a oferta tem caráter objetivo. Feita, a própria mensagem que a veicula é o elemento comprobatório de sua existência e vinculação.<sup>59</sup>

É necessário, também, registrar, que o Código de Defesa do Consumidor tipificou como crime as violações aos direitos dos consumidores ali consagrados, o que José Geraldo Brito Filomeno denomina de “normas garantidoras”.<sup>60</sup>

No tocante especificamente à prestação de serviços advocatícios, pelo profissional liberal, a nosso pensar, parece cair por terra a ideia de que há uma relação de obrigatoriedade de o advogado prestar o seu serviço mesmo contra os seus princípios éticos e morais. Desqualificando, assim, o entendimento de que o serviço do profissional liberal de advocacia estaria no mercado de consumo.

---

<sup>59</sup> Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.-2. ed. Reform. São Paulo : Saraiva, 2005, p.367.

<sup>60</sup> Aula ministrada em junho de 2005 no curso de especialização em Direito do Consumidor na Cogear PUC-SP.

O Código de Ética e Disciplina da OAB normatiza a possibilidade da recusa do patrocínio da causa pelo advogado:

**Art. 4º** O advogado vinculado ao cliente ou constituinte, mediante relação empregatícia ou por contrato de prestação permanente de serviços, integrante de departamento jurídico, ou órgão de assessoria jurídica, público ou privado, deve zelar pela sua liberdade e independência.

**Parágrafo único.** É legítima a recusa, pelo advogado, do patrocínio de pretensão concernente a lei ou direito que também lhe seja aplicável, ou contrarie expressa orientação sua, manifestada anteriormente.

Imagine-se, por exemplo, alguém que procura um advogado criminalista e ao passar na frente de um escritório vê a placa com a expressão “escritório de advocacia criminal” e logo abaixo o nome do advogado, um profissional muito conhecido pelos inúmeros homicídios que já defendeu com êxito no tribunal do júri. Ao consultar o advogado, este se recusa a patrocinar a defesa do cliente que o procurou sob o fundamento de que tal questão contraria orientação sua e, ao sair do escritório, viu o advogado aceitar o patrocínio para defender um caso de homicídio de outra pessoa. Nesse caso, fazendo-se uma interpretação literal, tem-se que o advogado cometeu um crime contra as relações de consumo, haja vista que preferiu um cliente a outro.

Ao se aplicar o CDC, tem-se que a conduta praticada pelo advogado enquadra-se no crime de preterição previsto no art.7º., da lei

nº.8.137/90, que tipifica como crime contra as relações de consumo: “favorecer ou preferir, sem justa causa, comprador ou freguês, ressalvados os sistemas de entrega ao consumo por intermédio de distribuidores ou revendedores;”.

Imagine-se, também, o mesmo exemplo só que desta feita com um advogado consumerista que já patrocinou inúmeras causas de indenização por negativação indevida. Ao ser procurado por um cliente diante de um caso de negativação indevida, este confessa que recebeu a notificação do cadastro, mas, mesmo com a dívida paga fez questão de deixar o nome ser negativado. Reforça que adorou ter o nome negativado, porque o importante para ele não é a reparação moral, mas o dinheiro que poderá receber. Diante do interesse manifestado pelo cliente o advogado recusa o patrocínio da causa por entender que vai de encontro a sua orientação.

Os exemplos acima nos parecem necessários porque nos incita a refletir sobre a situação do profissional liberal advogado que se recusa a prestar o serviço a alguém.

No caso do advogado, como a atuação deste revela publicamente a sua posição acerca de interpretação de dispositivo legal no caso concreto, a lei lhe reserva o direito de não atuar em defesa daquilo que não acredita, bem como de entendimento contrário ao já manifestado por ele em outras

atuações. A lei lhe garante uma reserva moral sobre as posições tornadas públicas bem como também sobre aquelas as quais possui e ainda não teve oportunidade de externá-las.

Acreditamos que essa reserva moral garantida ao advogado é de substancial importância para a defesa dos interesses do cliente, pois, imagine-se a qualidade de uma defesa apresentada de forma obrigatória pelo advogado sobre um ponto de análise o qual ele não acredita ou não concorda. Tal situação poderia causar danos irreparáveis ao cliente.

A nosso pensar, quando um advogado se recusa ao patrocínio de uma causa sob o fundamento de que aceitá-lo implicaria em atuação contrária a sua orientação, cumpre com o dever de boa-fé objetiva.

A análise perfilhada nos inclina a refletir se o serviço de advocacia estaria contemplado no conceito de serviço do CDC, haja vista que para o código o serviço uma vez ofertado no mercado de consumo, o fornecedor não pode se recusar a prestá-lo, salvo nos casos de intermediação regulados por lei especial (art.39, IX, do CDC).

A exceção declinada no art.39, IX, do CDC não nos parece ser aplicável ao serviço de advocacia, já que a contratação entre o advogado e o cliente dá-se de contato direto entre as partes sem qualquer intermediação.

Outra questão que merece ser tratada, a nosso pensar, é com relação à competência para aplicar punições ao advogado no âmbito administrativo, por prestação de serviço inadequada.

O Código de Defesa do Consumidor, com o brilhantismo que lhe é peculiar, não se limitou a consagrar os direitos básicos, foi mais além ao prever a aplicação de multa no âmbito administrativo ao fornecedor que violar direitos ali consagrados.

A função de fiscalizar e aplicar penalidades no âmbito administrativo compete ao sistema nacional de defesa do consumidor, onde em relação ao fornecedor, tem-se como mais próximo a figura do Procon.

O Decreto nº. 2.181 de 20 de março de 1997, disciplina no seu art.5º sobre a competência para punir infrações à legislação de consumo:

Art.5º. Qualquer entidade ou órgão da Administração Pública, federal, estadual e municipal, destinado à defesa dos interesses e direitos do consumidor, tem, no âmbito de suas respectivas competências, atribuição para apurar e punir infrações a este decreto e à legislação das relações de consumo.”

O ponto de reflexão que se nos afigura é saber se o Procon tem competência para fiscalizar e aplicar penalidade no âmbito administrativo ao advogado que foi negligente na prestação de serviço ao cliente? O Procon tem competência para aplicar penalidade no âmbito administrativo ao advogado que não informou adequadamente ao cliente sobre a

possibilidade da pena de sucumbência, tendo este descoberto somente quando foi condenado na sentença?

Antes de responder a pergunta nos parece ser oportuno a apontamento de Vítor Moraes sobre a sanção administrativa.

Diante deste quadro, podemos definir sanção administrativa como qualquer ato administrativo pelo qual a autoridade sancionadora (elemento subjetivo ativo) aplica uma penalidade a terceiros em virtude da inobservância dos deveres legais.<sup>61</sup>

A lei 8.906, de 04 de julho de 1994, que dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil – OAB, é explícito sobre a competência da OAB para punir o advogado no âmbito administrativo no seu art.70:

O poder de punir disciplinarmente os inscritos na OAB compete exclusivamente ao Conselho Seccional em cuja base territorial tenha ocorrido a infração, salvo se a falha for cometida perante o Conselho Federal.

Sobre o tema, oportuna a lição de Paulo Luis Netto Lôbo:

O poder de punir advogados ou estagiário, inscritos na OAB, por infração disciplinar, relacionada com a atividade profissional, é exclusivo da OAB, não podendo fazê-lo qualquer outra autoridade constituída, inclusive os magistrados.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Vítor Moraes de Andrade, Sanções Administrativas no Código de Defesa do Consumidor, p.14.

<sup>62</sup> Paulo Luis Netto Lôbo, Comentários ao Novo Estatuto da Advocacia, p.208.

Da análise acima nos parece que falece competência ao Procon para fiscalizar e aplicar penalidade ao advogado no âmbito administrativo, uma vez que tal competência é exclusiva da OAB.

Quanto ao médico, também há previsão no Código de Ética Médica a recusa da prestação de serviço:

Art.7º. O médico deve exercer a profissão com ampla autonomia, não sendo obrigado a prestar serviços profissionais a quem ele não deseje, salvo na ausência de outro médico, em casos de urgência, ou quando sua negativa possa trazer danos irreparáveis ao paciente.

A recusa prevista no Código de Ética Médica nos parece ser abusiva, uma vez que basta apenas o “não querer” por parte do profissional.

A atividade profissional do médico, ao contrário do advogado, nos parece estar contemplada no conceito de serviço do CDC, aplicando-se o princípio da vinculação da oferta e o dever de não recusar-se a prestar o serviço a quem pretende adquirir mediante pronto pagamento.

A nosso pensar, a proibição de prestação do serviço declinada no art.39, IX, do CDC, não impede a recusa pelo médico de prestar o serviço quando, por exemplo, o tratamento a ser ministrado foge à sua área de especialização ou de atuação.

Do mesmo modo, não nos parece ser abusivo, pelo menos a princípio, a recusa pelo médico diante da falta de condições humanas em prestar o serviço, como, por exemplo, um médico que após prestar dois

plantões seguidos é chamado a fazer um parto de risco com urgência e se recusa a fazê-lo sob o fundamento de colocar em risco a vida do paciente.

Nos exemplos acima, pelo menos a princípio não vislumbramos prática abusiva por parte do médico. A nosso pensar, estará cumprindo com o seu dever de boa-fé objetiva. Não desconhecemos que o caso concreto é que possibilitará melhor reflexão sobre a existência ou não de prática abusiva.

Quanto à competência do Procon para aplicar penalidade no âmbito administrativo ao médico, tal situação se nos afigura possível, uma vez que a lei 3.268 de 30 de setembro de 1957, que dispõe sobre os conselhos de medicina, não prevê competência exclusiva conforme se observa no art.1º, *verbis*:

Art . 2º O conselho Federal e os Conselhos Regionais de Medicina são os órgãos supervisores da ética profissional em toda a República e ao mesmo tempo, julgadores e disciplinadores da classe médica, cabendo-lhes zelar e trabalhar por todos os meios ao seu alcance, pelo perfeito desempenho ético da medicina e pelo prestígio e bom conceito da profissão e dos que a exerçam legalmente.

Imagine-se, por exemplo, um consumidor acometido por um problema grave de saúde, hipervulnerável nesse caso, que telefona para o consultório do médico com a finalidade de marcar uma consulta e é

informado que se a consulta for pelo plano de saúde só terá vaga para atendimento no prazo de 30 dias. Em seguida o consumidor pergunta se o atendimento for particular e é informado que se ele pagar a consulta terá a possibilidade de ser atendido imediatamente. É óbvio que o consumidor pagará a consulta, a não ser que não possua condições financeiras.

No exemplo acima, o CDC, art.39, IV, disciplina que é vedado ao fornecedor de serviços, dentre outras práticas abusivas “prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

No exemplo citado, a nosso pensar, há competência do Procon para apurar e punir a violação ao CDC. O médico, ao contrário do advogado, não pode se recusar a prestar o seu serviço, nem mesmo quando se tratar de atividade de meio, conforme exposto.

Para os arquitetos e engenheiros, a lei 5.194, de 24 de dezembro de 1966, no seu art.24<sup>63</sup>, disciplina a fiscalização pelo Conselho Federal de Engenharia sem exclusividade deste.

---

<sup>63</sup> Art. 24. A aplicação do que dispõe esta lei e a fiscalização do exercício das profissões nela referidas serão, para a necessária harmonia e unidade de ação reguladas pelo Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (CONFEA).

Nesse caso, a nosso pensar, há também competência do Procon para apurar e punir as violações ao CDC praticadas por esses profissionais.

## VI – CONCLUSÃO

O presente trabalho fez uma análise da expectativa criada no consumidor diante das informações prestadas pelo profissional liberal.

Para chegar-se às conclusões ao final declinadas, adotou-se como método de interpretação a sistemática, levando-se em consideração tanto o Código de Defesa do Consumidor como as leis que regulamentam as respectivas profissões.

No trabalho, abordou-se o tratamento dado pelo CDC ao profissional liberal a partir do conceito de serviço, levando-se em consideração a utilização das expressões mercado e mercado de consumo pelo legislador, bem como o princípio da vinculação da oferta e a vedação pelo CDC ao fornecedor de não se recusar a prestar o serviço àquele que pretende adquirir mediante pronto pagamento.

Considerando que as profissões que demandam mais controvérsia são as de médico e de advogado, procuramos, neste trabalho, fazer uma análise mais acentuada sobre esses dois profissionais, inclusive, não somente sob o aspecto da obrigação assumida, se de meio ou de resultado, mas também como da competência do Procon para fiscalizar e punir o profissional liberal pelas violações ao CDC, entretanto, sem deixar de tecer

considerações a respeito de outros profissionais liberais, a exemplo do engenheiro e do arquiteto.

No desenvolvimento do trabalho foram realizadas consultas a doutrina e decisões judiciais, buscando sempre citar exemplos como forma de facilitar a exposição da análise realizada.

Ao final do trabalho, chegou-se às seguintes conclusões:

a) as terminologias mercado e mercado de consumo não são utilizadas pelo legislador no CDC como expressões sinônimas;

b) o conceito de serviço adotado pelo CDC é para o serviço prestado no mercado de consumo, já que, a oferta do serviço impõe ao fornecedor o cumprimento da oferta, não lhe permitindo revogá-la, e o CDC também veda ao fornecedor a recusa da prestação de serviço a quem pretende adquirir mediante pronto pagamento;

c) o conceito de serviço, adotado pelo CDC, contempla o profissional liberal impondo-se a este o dever de prestar informação adequada;

d) o conceito de serviço, adotado pelo CDC, não contempla o serviço de advocacia prestado pelo advogado, por ser possível a este a recusa motivada nos termos do art.4º, I do CED da OAB;

e) a recusa motivada informada pelo advogado, profissional liberal, ao cliente reflete o dever de informação imposto pelo art.8º do CED da OAB e de boa-fé objetiva do profissional, além de contribuir para a prevenção de danos ao cliente.

f) a recusa motivada pelo advogado, profissional liberal, não constitui prática abusiva, uma vez que o serviço de advocacia prestado não está contemplado no conceito de serviço do CDC.

g) o Procon pode fiscalizar e punir o profissional liberal por expectativa criada em razão da prestação de informação inadequada ao consumidor, à exceção do advogado, profissional liberal, uma vez que a competência administrativa para punir o advogado pela prestação de serviço inadequada é exclusiva da OAB.

## VII – BIBLIOGRAFIA

ALMEIDA, João Batista de. **Manual de direito do consumidor**. 3<sup>a</sup>. Ed.

Ver. – São Paulo: Saraiva, 2009.

ANDRADE, Vítor Morais de. **Sanções administrativas no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Editora Atlas S.A, 2008.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: direito e dever nas relações de consumo**. São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIM, Antônio Hermam Vasconcelos. **Código de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

BUSTAMANTE, Laura Perez. **Derechos del consumidor**. Buenos Aires : Astrea, 2004.

CALAZANS, Flávio. **Propaganda subliminar multimídia**. São Paulo : Summus, 1992.

CARPENA, Heloísa. **O consumidor no Direito da Concorrência**. Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

CASTILLA, Gustavo Ordoqui. **Derecho Del Consumo**. Montevideo: del FORO, 2000.

DEMARAIS, Ann. **A primeira impressão é a que fica.**[tradução de Cláudio Figueiredo]. Rio de Janeiro : Sextante, 2005.

DENARI, Zelmo. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** 8. ed. Rio de Janeiro : Forense Universitária, 2004.

DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro, v.7: responsabilidade civil.** 19ª. ed. rev. e atual. de acordo com o novo Código Civil (Lei n.10.406, de 10-1-2002) e o Projeto de Lei n.6.960/2002. São Paulo, 2005.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do Direito das Relações de consumo.** 2 ed. Curitiba : Juruá, 2004.

FEDERIGHI, Suzana Catta Preta. **A prescrição e a decadência no Código de Defesa do Consumidor, prescrição no novo Código Civil : uma análise interdisciplinar.** São Paulo : Saraiva, 2005

\_\_\_\_\_. **Publicidade abusiva – Incitação à violência.** São Paulo : Editora Juarez de Oliveira, 1999.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.o Consumidor e Lei nº8.137/90. 2ª. ed. rev. Atual. Porto Alegre, 1999.

\_\_\_\_\_. **Manual de direitos do consumidor.** 7ª edição. São Paulo: Atlas.

- FONSECA, Antônio Cezar Lima da. **Direito Penal do consumidor: Código de Defesa do consumidor e a lei n.8.137/90.2ª ed.**Porto Alegre: Editora: Livraria do Advogado, 1999.
- GAGLIANO, Paulo Stolze; FILHO, Rodolfo Pamplona. **Novo curso de direito civil, volume III: responsabilidade civil.** 6ª Ed. rev. e atual.São Paulo: Saraiva, 2008.
- GONÇALVES, Hortência de Abreu Gonçalves.**Manual de Monografia, Dissertação e Tese :.inclui exercício prático e normas de referências, citações e notas de rodapé.** São Paulo: Avercamp, 2004.
- IHERING, Rudolf Von. **A Luta Pelo Direito.** São Paulo : Martin Claret, 2001.
- JÚNIOR, Nelson Nery. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** 8. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.
- Lôbo, Paulo Luiz Netto.**Comentários ao novo Estatuto da Advocacia e da OAB. Brasília:** Livraria e Editora Brasília Jurídica, 1994.
- \_\_\_\_\_. A informação como direito fundamental do consumidor. **Jus Navigandi**, Teresina, ano 5, n. 51, out. 2001. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2216>>. Acesso em: 12 dez. 2005.
- LUCCA, Newton De. **Direito do Consumidor: Teoria Geral da Relação de Consumo.** São Paulo : Quartier Latin, 2003.

LYRA, Marcos Mendes. **Controle das Cláusulas Abusivas nos Contratos de Consumo**. São Paulo : Juarez de Oliveira, 2003.

MALFATTI, Alexandre David. **O Direito de Informação no Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo : Alfabeto Jurídico, 2003.

MARQUES, Cláudia Lima Marques. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 4. ed. São Paulo : RT, 2002.

\_\_\_\_\_.MIRAGEM, Bruno. **O princípio da proteção do consumidor e sua tutela coletiva no direito brasileiro. Estudos de Direito do Consumidor**. Lúmen Júris – Rio de Janeiro, 2005.

MELO, Nehemias Domingos de. **Responsabilidade civil por erro médico: doutrina e jurisprudência**. São Paulo: Atlas, 2008.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor**. São Paulo : Editora Revista dos Tribunais, 2008.

MORAES, Alexandre de Moraes. **Constituição do Brasil Interpretada e Legislação Constitucional**. São Paulo : Atlas, 2002.

NETO, Frederico da Costa Carvalho. **Ônus da prova no Código de Defesa do Consumidor**.São Paulo : Editora Juarez de Oliveira, 2002.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A Proteção Constitucional do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2002.

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2.ed. reform. São Paulo : Saraiva, 2005.

\_\_\_\_\_ **Manual da monografia jurídica : como se faz: uma monografia, uma dissertação, uma tese.** 7ª . ed. rev. E atual. – São Paulo : Saraiva, 2009.

RAMOS, Gisela Gondin. **Estatuto da Advocacia : comentários e jurisprudência selecionada.** Florianópolis: editora OAB/SC, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica.** São Paulo : Brasiliense, 2005.

SEBASTIÃO, Jurandir. **Responsabilidade médica: civil, criminal e ética.** 2ª ed. rev. e atual. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.

SILVA, De Plácido e. **Vocabulário jurídico.** 18ª ed. Rio de Janeiro, Editora Forense, 2001.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo.** 9.ed. São Paulo : Malheiros, 1994.

SOLOMON, Michael. **Comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo.** Trad.Lene Belon Ribeiro. – 5ª.ed. Porto Alegre : Bookman, 2002.

SMITH. David Livingstone. **Por que mentimos: os fundamentos biológicos e psicológicos da mentira;** tradução Marcello Lino. Rio de Janeiro : Elsevier, 2006 – 2ª Reimpressão.

STOCO, Rui. **Tratado de responsabilidade civil: doutrina e jurisprudência.** 7ª edição revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

TOLOTTI, Márcia. **As armadilhas do consumo: acabe com o endividamento**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: responsabilidade civil**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2008. (coleção direito civil; v.4).

# Livros Grátis

( <http://www.livrosgratis.com.br> )

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)  
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)  
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)  
[Baixar livros de Matemática](#)  
[Baixar livros de Medicina](#)  
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)  
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)  
[Baixar livros de Meteorologia](#)  
[Baixar Monografias e TCC](#)  
[Baixar livros Multidisciplinar](#)  
[Baixar livros de Música](#)  
[Baixar livros de Psicologia](#)  
[Baixar livros de Química](#)  
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)  
[Baixar livros de Serviço Social](#)  
[Baixar livros de Sociologia](#)  
[Baixar livros de Teologia](#)  
[Baixar livros de Trabalho](#)  
[Baixar livros de Turismo](#)