

**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE  
BACHAREL EM DIREITO**

**UMA ANÁLISE DOS COMERCIANTES INFORMAIS DA PRAÇA GENERAL  
VALADÃO NO CENTRO DE ARACAJU/SE.**

**EMERSON DE ANDRADE SOUZA**

**ARACAJU**

**2015**

**EMERSON DE ANDRADE SOUZA**

**UMA ANÁLISE DOS COMERCIANTES INFORMAIS DA PRAÇA GENERAL  
VALADÃO NO CENTRO DE ARACAJU/SE.**

Monografia apresentada  
como exigência para obtenção do grau  
de Bacharelado em Direito da  
Faculdade de Administração e  
Negócios de Sergipe.

Orientador: Professor Afonso Oliva

**ARACAJU**

**2015**

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

(Guimarães Rosa)

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

(José de Alencar)

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

(Eduardo Couture)

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

(Provérbios 16:3)

“Posso não concordar com nenhuma das palavras que você disser, mas defenderei até a morte o direito de você dizê-las”.

(*Voltaire*)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, como não poderia deixar de ser, agradeço a Deus, autor da vida, criador de todo o céu e toda a terra, aquele que foi minha força e fonte de inspiração. O acalento em meio às aflições, a força em meio à fraqueza, o alívio em meio ao cansaço, a certeza da vitória. A minha família, minha mãe Maria Aparecida, que sempre acreditou no meu potencial e torce pelo meu sucesso, a minha esposa Cris e a minhas filhas Laury Emily e Pietra Laryssa por de certa forma entender as minhas angustias em dias de provas e pela minha ausência em alguns momentos, ao meu pai Paulo Alves e meus irmão por torcerem pelo meu sucesso, a minha sogra que amo muito Maria Zuliva por acreditar em mim e a todos que torceram por mim durante todo este tempo, Aos meus familiares em geral, pelo apoio e palavras de incentivo. Aos meus irmãos na fé e em especial a David e Verônica por compartilhar de peto os momentos de estresse na confecção dos trabalhos acadêmicos e amigos que com palavras de confiança e preces aos céus me ajudaram a concluir este trabalho, e me compreenderam quando não pude me fazer presente em momentos de confraternizações. Ao meu orientador Afonso Oliva pela confiança, incentivo em escrever sobre o assunto aqui debatido e a presteza em me guiar nessa importante missão. Aos meus colegas de curso que junto comigo enfrentaram batalhas, mas com esforço e dedicação conseguimos vencer.

Aos professores, servidores, enfim a Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe por me permitir fazer parte de seu quadro acadêmico, e que sem sombra de dúvidas consolidou a minha escolha e missão de servir a sociedade em que vivo. Uma etapa foi concluída, mas a caminhada não termina por aqui.

## RESUMO

A presente obra tem o objetivo de mostrar considerações relativas ao comércio informal, mostrando uma pequena fração de como se dá a relação de consumo entre comerciantes e consumidores. Buscando entender e compreender os pilares dessa relação consumerista. No mesmo viés tenta demonstrar se o CDC criado em 1990, alcança toda essa relação e de que modo ela se constitui para que se mantenha uma relação segura e confiável. Ressalte-se que a aplicabilidade do CDC não é cabível em uma relação de consumo que se encontre contaminado de ilegalidade. As relações consumeristas adotam maneiras de responsabilizar o fornecedor em caso de violação dos direitos do consumidor, com o intuito de assegurar aos consumidores o ressarcimento dos danos ocorridos em decorrência da aquisição, utilização ou exposição ao produto ou serviço, a penalidade aplicada ao fornecedor infrator tem um caráter não só punitivo mais também preventivo e educativo, o objetivo não é punir e sim educar. Neste contexto o presente trabalho procura saber se as responsabilidades apresentadas pelo CDC são aplicáveis ao “camelô” e de que maneira essa responsabilização deve acontecer. Este trabalho comprova que o microsistema consumerista pode atuar nessa seara, contudo é necessário que se faça uma análise do caso concreto para saber se a legislação pode de fato ser aplicada, e desse modo, o consumidor, polo mais frágil dessa relação, não seja prejudicado, tão-somente porque a relação de consumo ocorra em um comércio informal.

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

## **ABSTRACT**

This work aims to show consideration for the informal trade, showing a small fraction of how is the relation of consumption being traders and consumers. Then seeks to understand and comprehend the pillars of consumer relations. In the same vein tries to demonstrate that the CDC established in 1990, reaches this relationship and how it is constituted in order to maintain a safe and reliable relationship. It should be noted that the applicability of CDC is not appropriate in a consumer relationship who is tainted by illegality. The consumeristas relationships adopt ways to blame the dealer for violation of consumer rights, in order to ensure consumers compensation for damage incurred as a result of the acquisition, use or exposure to the product or service, the penalty applied to the offender supplier has one character not only punitive also more preventive and educational, the goal is not to punish but to educate. In this context the present study seeks to ascertain whether the responsibilities presented by the CDC are applicable to the "street vendor" and how that accountability should happen. This work proves that the consumerist microsystem can act in this harvest, yet it is necessary to make an analysis of the case as to whether the legislation can actually be applied, and thus the consumer, more fragile pole of this relationship, is not undermined , merely because the consumer relationship occurs in an informal trade.

**Keywords:** Informal trade. Consumption Ratio. "Street vendor".  
Responsibility.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>7</b>
<b>2 CONSIDERAÇÕES SOBRE O COMERCIO INFORMAL.....</b>	<b>11</b>
2.1 COMERCIANTES INFORMAIS: CAMELÔS OU AMBULANTES? .....	14
2.2 A INFORMALIDADE NO COMERCIO DA PRAÇA GENERAL VALADÃO NO CENTRO DE ARACAJU/SE. ....	15
<b>3. RELAÇÃO DE CONSUMO NO COMÉRCIO INFORMAL REALIZADO PELOS CHAMADOS “CAMELÔS” .....</b>	<b>19</b>
3.1 CARACTERIZAÇÕES DE CONSUMIDOR.....	20
3.2 CARACTERIZAÇÕES DE FORNECEDOR .....	29
3.3 CONFIGURAÇÕES DE PRODUTO E SERVIÇO .....	33
<b>4 AS ESPÉCIES DE TUTELA/RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO APLICÁVEIS AOS CAMELÔS .....</b>	<b>38</b>
4.1 RESPONSABILIDADES CIVIS .....	39
4.1.1 responsabilidade pelo fato do produto e serviço .....	42
4.1.2 Responsabilidade pelo vício do produto ou do serviço ....	44
4.2 RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS .....	47
4.2.1 o papel do procon na defesa do consumidor. ....	50
4.2.2 das sanções administrativas previstas no CDC .....	53
4.3 RESPONSABILIDADES PENAIS .....	54
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>57</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>60</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Em meados do século XX, houve um crescimento na procura por produtos e serviços em virtude do surgimento do marketing, com essa novidade foi organizada uma sociedade frente ao novo cenário, com isso surgiu uma nova cultura na sociedade, conhecida hoje como "sociedade de consumo". Com um sistema capitalista, modelo que predomina na economia globalizada, que gera um mercado centralizado de grupos econômicos que detém a maior parte do mercado de consumo. Essa é uma realidade do sistema capitalista que vigora entre todos os mercados consumidores.

Com esse novo cenário a produção e distribuição em massa começou a ficar mais evidente trazendo o crescimento da economia de mercado e uma sociedade mais organizada com o intuito de direcionar as relações estabelecidas nesse ambiente. Nessa seara comercial entre fornecedores e consumidores, o consumidor ainda assim é a parte, mas sensível onde ele fica à mercê da qualidade dos produtos e serviços que são postos no mercado de consumo.

Em virtude deste contexto onde o consumidor se torna vulnerável é que surge um novo instituto para da uma proteção ao consumidor chamado de Direito das Relações de Consumo, com o objetivo da uma proteção e suavizar as desigualdades entre aqueles que compram (consumidores) e aqueles que colocam no mercado produtos e serviços para consumo (fornecedores).

A constituição brasileira de 1988 trouxe em seu artigo 5º, inciso XXXII, uma garantia de proteção para o consumidor determinando: "o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor". Já em seu artigo 170, inciso V, foi estabelecido pela Constituição Federal de 1988 um princípio geral da ordem econômica em defesa do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi estabelecido no artigo 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), "O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborara código de defesa do consumidor", sendo que este prazo não foi obedecido pelo Congresso Nacional. A Lei Federal nº 8.078/90 foi publicada em 11 de setembro de 1990, criando o CDC e garantindo os direitos dos consumidores nas relações de consumo, ela foi promulgada pelo então presidente da república Fernando Collor de Melo.

Trata-se de uma lei principiológica que alcança todas as relações de consumo definida pelo CDC, assim como qualquer outra norma infraconstitucional.

Com isso as normas presentes em outros diplomas legais não perdem a sua aplicabilidade, porém podem encontrar no CDC regras e princípios que orientam a atuação desses diplomas nas relações jurídicas por eles tutelados, além disso, o referido código é norma de ordem pública e interesse social, sendo preponderante em relação a outras normas que a antecedeu, ou mesmo sendo especiais e que se conflitarem.

A Lei Federal 8.078/90 que criou o Código de Defesa do Consumidor, em sintonia com a Constituição Federal não permite que as demais normas jurídicas interfiram nas relações consumeristas, as demais normas só poderão ser usadas quando há lacunas no CDC ou quando não houver no CDC previsão legal para tal ato praticado pelas partes envolvidas na relação de consumo. Quando não há omissão, em regra não existe outra lei que regule melhor a relação de consumo que não seja a lei 8.078/90.

Diante dos princípios e da autonomia desta norma, assim como a presença de um micro sistema que abrange todos os aspectos na seara processual e material da norma, o legislador preocupou-se em não ser taxativo na elaboração do código, isso é possível se verificar no que se refere à proteção e defesa do consumidor. Em outras palavras o Código de Defesa do Consumidor foi elaborado de tal forma que os seus conceitos podem ser interpretados de maneira que possa alcançar e se expandir em todas as relações de consumo, apesar de esta completando 25 anos de CDC, ele este atualizado e moderno.

Essa abrangência é evidente no diploma legal que concebe até quatro definições para o consumidor nos termos do artigo 2º e seu parágrafo único, artigos 17 e 29, e também o artigo 3º e seus parágrafos.

Com essas definições de consumidor é possível abarcar um amplo rol de sujeitos à medida que elenca várias possibilidades para pessoas físicas ou jurídicas, e entes despersonalizados que configura se como fornecedor ou consumidor de acordo com a previsão legal.

Diante dessa amplitude e possibilidades trazidas pelo CDC através de uma conceituação ampla, que protege um grande número de sujeitos e situações fáticas, busca-se com esse trabalho indagar-se o Código de Defesa do Consumidor também se aplicaria no âmbito do comércio informal, mais precisamente aos camelôs.

No Brasil, assim como em outros países é comum ver pessoas comercializando algum tipo de mercadoria nas ruas ou calçadas, isso ocorre devido ao grande número de desemprego e muitas vezes da falta de qualificação técnica para o mercado de trabalho que cada vez mais fica concorrido dessa forma às exigências se tornam ainda maior, outros fatores que acabam contribuindo para essa realidade é a crise no setor econômico.

Sendo assim muitas pessoas se sentem acudados e vão a buscar do seu próprio sustendo montando barracas nas ruas para comercializar seus produtos que podem ser de produção artesanal ou industrial. É nesse mercado informal que muitas pessoas estão entrando diariamente para compor o seu sustento e de sua família.

Com a informalidade é movimentado bilhões de reais em todo país, essa atividade tem interferido diretamente a economia que incentiva o comercio no qual pessoa de baixa renda consegue comprar, e assim movimenta a cadeia produtiva. Por outro lado o Estado deixa de recolher os tributos devidos pelo exercício da atividade, como também o impacto social, pois são poucos comerciantes informais que contribuem para a previdência social.

Essa situação se dá na maioria das vezes por um excesso de exigências posto pelo governo e por uma alta carga tributária que um comerciante formalizado tem que arcar para se manter na formalidade dessa forma torne se mais viável que seja mantido a informalidade para os pequenos comerciantes que não iria suportar os encargos. Dessa forma torna-se mais viável para essa parcela da sociedade tornam-se camelôs por não conseguir ingressar no mercado de trabalho que passou a exigir habilidades técnicas que muitos ainda não possuem.

Como é de conhecimento de todos esses tipos de comercio informal podem-se citar os chamados “camelôs” ou “ambulantes”, essa classe de comerciantes informais que a cada dia vem tomando conta de grandes centros urbanos e passando a ser conhecidos como comercio de preços baixos e atraindo uma grande parcela de consumidores. E nesse ambiente que se encontra as figuras chamadas de consumidor e fornecedor, pois as pessoas se dirigem para fazer suas compras das mais diversas mercadorias.

Diante de um grande crescimento do fluxo de pessoas que estão imigrando para este tipo de comercio por diversos fatores, especialmente os fatores sociais e econômicos, surge vários questionamento de que, como essa sociedade

consumerista se comporta diante da falta de dispositivos legais de proteção para com o consumidor na seara da informalidade, e até que ponto o CDC pode ser estendido para regulamentar essa relação e dar proteção ao consumidor. Tendo em vista que muita das mercadorias disponibilizadas para este tipo de comércio vem de uma fraude e que gera certo prejuízo para o erário público.

Acrescentar-se que nesta relação de consumo entre camelô e consumidor existe uma política de troca e qualidade dos produtos ofertados, tentando fazer uma analogia ao CDC nas relações de consumo. Eles mesmos criam suas políticas de trocas e de qualidade dos seus produtos havendo dessa forma um contrato tácito entre as partes envolvidas nesta relação em que cada um cumpre com o seu dever e tem seus direitos preservados sem recorrer ao Dispositivo Legal.

Este trabalho buscara analisar como o Código de Defesa do Consumidor poderá ser aplicado a esta realidade.

Inicialmente serão feitas breves considerações sobre o comércio informal, como ele vem acontecendo no Brasil. Em seguida serão caracterizados os elementos que constituem a relação de consumo, buscando saber se os sujeitos dessa relação se enquadram no objetivo de proteção regulado pelo CDC, e por derradeiro como os comerciantes podem ser enquadrados ao dispositivo legal.

Esta pesquisa foi baseada em métodos dedutivo-indutivos, sendo que os dados coletados foram analisados a partir do próprio microssistema consumerista, na doutrina e jurisprudência. Ressalte-se que o tema aqui tratado não é debatido com insistência em nenhuma dessas fontes, buscou-se através de um estudo criterioso saber se de fato o CDC pode ser aplicado aos “camelôs”, mostrando exemplos práticos. Acredita-se que o objetivo proposto, ou seja, saber se de fato o CDC é aplicável ou não a esses ambientes, mas especificamente aos “camelôs”, seja alcançado, esclarecendo-se desde já que o objetivo do trabalho não é taxar um entendimento sobre o tema, tendo em vista que seja um assunto novo e que é merecedor de vários outros debates, além do que, não é característico da ciência jurídica tratar das relações sociais de maneira fechada, ou seja, não deixar margem para mudanças, mas pelo contrário, procura regular as relações sem a imposição de soluções imutáveis para pacificação de conflitos.

## 2 CONSIDERAÇÕES SOBRE O COMERCIO INFORMAL

A matéria relacionada à informalidade não afeta tão somente o Brasil, mas atinge outras nações. O fenômeno da informalidade não é uma novidade, ele surgiu após a crise na economia no meio do século XX, com o surgimento de vários problemas dentre eles o crescimento do desemprego. Neste período a população das zonas rurais saía de sua região em direção as cidades para poder conseguir um emprego ao se depara com a crise que estava presente em todo país, as pessoas iam à busca de alternativas, buscando novas formas de subsistência própria e para sua família, entre as quais a adesão no setor informal.

A informalidade comercial constitui-se de pequenas atividades nos centros urbanos gerando empregos e rendas, porém, estas atividades não estão de acordo com as normas comerciais tendo em vista que essa pratica não é regulamentada e se tornando muito competitiva no mercado. No comercio informal as técnicas utilizadas são rudimentares sendo que cada um tem seu estilo próprio de fazer o consumidor enxergar e se interessar pelos seus produtos que são variados. Grande parte dos trabalhadores que buscam o setor informal na maioria das vezes é pelo grau de dificuldade que se tem para ser formalizado e o excesso de taxas e tributos que são gerados com a formalidade, sendo assim as pessoas optam pela informalidade que é menos complicado e não tem uma carga tributária pesada sobre seu comercio, este assunto não envolve apenas a economia mas também tem um viés social.

O desemprego no Brasil não é a única causa que impulsiona o crescimento da informalidade outros fatores estão presentes nesta relação a exemplo de: forte carga tributária ao abrir e formalizar um negócio, a carga fiscal que incide sobre as importações de produtos além das normas trabalhistas que para os pequenos negócios se torna impossível de custear.

Uma das questões, mas evidente é a comercialização de produtos que entram no país fruto de descaminho<sup>1</sup>, isto é, produtos que entram no país sem o

---

<sup>1</sup> Descaminho, Art. 334. CP, Iludir, no todo ou em parte, o pagamento de direito ou imposto devido pela entrada, pela saída ou pelo consumo de mercadoria (Redação dada pela Lei nº 13.008, de 26.6.2014) III - vende, expõe à venda, mantém em depósito ou, de qualquer forma, utiliza em proveito próprio ou alheio, no exercício de atividade comercial ou industrial, mercadoria de procedência estrangeira que introduziu clandestinamente no País ou importou fraudulentamente ou que sabe ser

recolhimento dos impostos devidos, gerando assim uma ilegalidade. É preciso destacar que nem todo comerciante informal trabalha com esse tipo de produto. Alguns comercializam produtos legais e outros, até produzem suas próprias mercadorias de forma artesanal não tendo apenas o registro de seus produtos diante da dificuldade de se registrar um produto ou serviço no país. O comércio informal não é só feito por comerciantes, neste contexto estão inseridos os pedreiros, encanadores, eletricitas, lavadores de carro, cantores, cabelereiras, manicure, entre outros.

Como a atividade não é formalizada os comerciantes sentem dificuldades na hora de comprovar sua renda e com isso o acesso a alguns benefícios da formalidade não são estendidos ao comércio informal tais como: empréstimos bancários, participação em licitações etc. A formalização deste grupo de produção não é importante só para o governo e sim para os comerciantes também, com a formalização são gerados direitos e deveres. A informalidade não traz muita segurança para os comerciantes na informalidade eles sentem dificuldades em expande seus negócios, correm o risco de terem suas mercadorias apreendidas pelo poder público regulador da atividade. O grupo que defendem a informalidade alega que a abertura de uma atividade formal demanda uma burocracia excessiva, aumento na concorrência e nos gastos para manter o negócio.

A formalização é importante para o crescimento econômico do país, com o desenvolvimento econômico o país reduzira as desigualdades sociais, à medida que o trabalhador se formaliza vão adquirindo direitos e deveres trabalhistas e movimenta a economia. Para expandir a formalização, é necessário que haja uma reformulação das leis trabalhistas e que a mesma traga mais flexibilidade e permita que pequenos empregadores possam contratar mais trabalhadores sem negligenciar os direitos trabalhistas. Outro ponto positivo da formalização é a capacitação dos comerciantes e prestadores de serviços para que eles se qualifiquem e atendam às exigências do mercado. É preciso que haja também uma campanha de incentivos a formalização de modo que este grupo que se encontra na informalidade possa ser informado sobre as benesses de se formalizar e que eles possam desfrutar de todos os benefícios que a formalidade dispõe. Os que defendem a informalidade aduzem

que a burocracia no país é excessiva e os custos são elevados para manter um negócio formal.

Com a formalização o comerciante garantira seus direitos e deveres, mas também a comercialização de seus produtos com mais segurança e qualidades. A partir desse momento as relações de compra e venda de mercadorias e serviços serão reconhecidos como uma relação jurídica de consumo, a ser detalhada, mas a frente, definir quem é fornecedor e consumidor,<sup>2</sup> assegurando a esses uma garantia, mas concreta fundamentada e prevista no Código de Defesa do Consumidor.

É importante lembrar que esse será o alvo principal do trabalho, que o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 3º faz a definição de fornecedor e inclui este grupo informal dentro da categoria de *entes despersonalizados*, alcançando-se todos aqueles que possuem personalidade jurídica de fato, fazendo a inclusão dos comerciantes informais. O Código traz essa previsão, mas não especifica como na prática é possível uma responsabilização com este tipo de fornecedor, surgindo toda uma problemática jurídica, econômica e social que envolve esses comerciantes, principalmente os camelôs e ambulantes<sup>3</sup>, impossibilitando o consumidor de comprovar a aquisição do produto ou serviço adquirido.

A economia informal<sup>4</sup> abrange um número expressivo de comerciantes, sendo que os “camelôs” e “ambulantes” são a maior parte desse fenômeno. Sendo

---

<sup>2</sup> Art. 2º CDC, Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

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.

<sup>3</sup> É de enquadrar no conceito de ente despersonalizado as chamadas “pessoas jurídicas de fato”: aquelas que, sem constituir uma pessoa jurídica, desenvolvem, de fato, atividade industrial, comercial, de prestação de serviços etc. A figura do “camelô” está aí inserida. O CDC não poderia deixar de incluir tais “pessoas” pelo simples fato de que elas formam um bom número de fornecedores, que suprem de maneira relevante o mercado de consumo.

NUNES, Luís Antônio Rizzatto Curso de direito do consumidor / Rizzatto Nunes. – 7. ed. rev. e atual. – São Paulo: Saraiva, 2012.

<sup>4</sup> TIRYAKI, Gisele Ferreira. A informalidade e as flutuações na atividade econômica. **Estud. Econ.**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 97-125, mar. 2008. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-41612008000100005&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-41612008000100005&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 20 out. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-41612008000100005>.

eles o alvo principal deste trabalho com o objetivo de indagar as diferenças entre ambos, e mais a diante inseri-lo neste sistema consumerista, verificando como o Código de Defesa do Consumidor se aplica ao caso concreto.

## **2.1 Comerciantes informais: camelôs ou ambulantes?**

As expressões camelôs e ambulantes, na maioria das vezes são usadas como sinônimos. Porém há algumas diferenças culturais entre elas, culturalmente os camelôs possuem um ponto fixo com instalações próprias com melhores condições de trabalho e possuem autorizações do poder público para comercializar, já os ambulantes como o próprio nome já diz é aquele vendedor que se desloca de lugar em lugar, a quem diga que os produtos dos ambulantes são mais baratos que os dos camelôs fazendo uma concorrência desleal. Na maioria das situações os ambulantes não possuem autorização do órgão responsável.

Apesar de não se ter distinção dos termos entende-se que há uma divisão no comércio informal, quais sejam; a de um grupo fixo que está localizada em pontos estratégicos de grande movimentação; um grupo periódico que estão nas áreas de lazer, que trabalham nos finais de semanas e feriados; e um grupo ocasional que são aqueles que só trabalham quando há eventos que geram um grande movimento nas ruas (datas comemorativas, eventos esportivos e culturais).

Os termos camelôs e ambulantes dão a impressão de ser sinônimo porem há uma pequena diferença cultural entre os termos, pois os camelôs são vistos como aqueles que possuem um ponto fixo e para desenvolver seu negócio, sejam na rua, bancas ou camelódromo. Já os ambulantes<sup>5</sup> são aqueles que não possuem pontos fixos e precisam se locomover para desenvolver seu negócio. Tanto um como o outro podem negociar os mesmos produtos e serem camelôs ou ambulantes o que distinguem eles não é o tipo de mercadoria e sim a forma que o trabalho é desenvolvido.

No trabalho proposto o termo camelô vai ser mais utilizado tendo em vista o desenvolvimento da pesquisa que será realizada na feira livre localizada na Praça

---

<sup>5</sup> LEI Nº 1.500, DE 28.09.1989 Regula o Comércio Ambulante e dá outras providências correlatas. Art. 1º - Considera-se comércio ambulante a atividade temporária de venda a varejo de mercadorias, realizada em logradouros públicos por pessoa física, autônoma, sem vinculação com terceiros.

General Valadão, no centro de Aracaju/Se. Apesar de que nesta feira também possuem vendedores ambulantes o trabalho vai abranger a todos que estão na informalidade seja em ponto fixo ou móvel, até porque todos estão na mesma modalidade e são considerados comerciantes e trabalhadores informais<sup>6</sup>.

O termo utilizado para esta atividade encontrado na legislação<sup>7</sup> é o de “ambulante”. O exercício desta profissão é regulado pelo decreto lei nº 2.041, de 27 de fevereiro de 1940. Os municípios também podem legislar sobre este tema cabendo a cada município regulamentar as atividades dos ambulantes. Grande parte da legislação utiliza o termo “ambulante” e o definem como “toda pessoa física que desenvolva uma atividade dentro das exigências legais, e estejam autorizados pelo poder público competente”.

Com o crescimento desta atividade foi necessário que o poder público tomasse alguma providencia e regulamentasse a atividade para que todos pudessem desenvolver suas atividades de forma organizada e atendesse as necessidades da sociedade tendo em vista que a demanda crescia a cada dia, não descuidando dessa forma os aspectos econômicos e sociais, sendo que legalizar a atividade é permitir que o ambulante tivesse direito e deveres como um comerciante formal. Passa-se a seguir a análise superficialmente sobre os comerciantes da Praça General Valadão no centro de Aracaju/Se.

## **2.2 A informalidade no comercio da Praça General Valadão no centro de Aracaju/Se.**

No município de Aracaju, o fenômeno da informalidade concentrou-se inicialmente ao redor do centro comercial de Aracaju. Porém o aumento desta atividade atingiu pontos estratégicos de vendas tais como, as saídas do calçadão da rua João Pessoa tendo em vista que tem um grande fluxo de pessoas transitando nesta área por ter vários tipos de serviços concentrados tais como: bancos, lojas de

<sup>6</sup> JAKOBSEN, Kjeld et al. Mapa do trabalho informal. São Paulo, CUT/FPA, 2000.

ITIKAWA, Luciana. Vulnerabilidades do trabalho informal de rua. São Paulo em Perspectiva, v. 20, n. 1, p. 136-147, 2006.

<sup>7</sup> DECRETO-LEI Nº 2.041, DE 27 DE FEVEREIRO DE 1940. Regula o exercício do comércio ambulante.

Art. 1º Esta lei regula o exercício do comércio ambulante, de vendedores ou compradores, por conta própria ou de terceiros, em logradouros públicos ou locais de acesso franqueado ao público.

*Parágrafo único.* O exercício da profissão depende de licença da autoridade competente, mediante exibição de carteira profissional emitida pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio. Tratando-se de estrangeiro, será ainda exigida a prova de que se acha legalmente no Brasil e está autorizado a trabalhar.

departamentos, lojas de grifes, órgãos públicos entre outros. Com a crise econômica ocorrida em 1980, a informalidade foi fortalecida trazendo mais pessoas para o mercado informal, pois os empregos de carteira assinadas estavam escassos.

Após vários anos comercializando ao redor do calçadão da Rua João Pessoa os trabalhadores foram surpreendidos em outubro de 2011, com uma ordem para deixarem de comercializarem no local ficando vários trabalhadores sem ter como manter o sustento de sua família, em seguida foram até o órgão responsável pela ordem dada, e tentaram achar uma solução para o problema, o impasse permaneceu até o dia 07 de dezembro de 2011, momento em que a então presidente da Emsurb em exercício, Lucimara Passos, comunicou que iria ter uma feira de natal na praça General Valadão e todos os trabalhadores que tinha perdido seus pontos no entorno do calçadão iria ter um espaço no local que iria funcionar a partir do dia 09 de dezembro de 2011, e assim nasceu a feira que hoje conta com mais de 45 bancas de camelôs e ambulantes.

Desde sua criação até os dias atuais os trabalhadores vêm travando algumas lutas para se manter no local pois o local não está apropriado para suportar uma feira permanente. Há um projeto da prefeitura municipal de Aracaju de construção de um camelódromo em uma área próxima ao mercado Albano Franco, com a construção deste camelódromo os camelôs e ambulantes da Praça General Valadão vão ser transferidos para lá, o prefeito da cidade já esteve no local e foi prometido aos comerciantes um camelódromo para suportar todos e com todas as condições possíveis de comercialização. A promessa feita pelo então prefeito da cidade de Aracaju ainda não saiu do papel e os órgãos regulamentadores com uma iniciativa do Ministério Público já formalizou um TAC (Termo de Ajustamento de Conduta) para organizar o local até a conclusão do camelódromo, com objetivo de da segurança aos transeuntes e consumidores. Com a criação do TAC ficou estabelecido o funcionamento da feira de segunda a sábado das 08h até às 20h, ajustou o tamanho das barracas para dar mobilidade aos transeuntes e consumidores entre outros ajustes.

Com a presença dos camelôs na Praça General Valadão os lojista se sentem prejudicados pela concorrência desleal que vem sofrendo tendo em vista que nas bancas os produtos são mais baratos, apesar de que os consumidores que buscam esta alternativa de consumo geralmente detém um poder aquisitivo menor e

dispõe de poucos recursos financeiros. O alvo principal dos camelôs são os consumidores de poder aquisitivo menor.

O comércio informal da Praça General Valadão é frequentado não somente moradores da região como também por turistas que visitam a cidade, a praça é frequentemente visitada por turistas de todas as partes do Brasil e de outras nações que vão em busca de novidades, preços baixos e acessíveis para levar lembranças de sua estadia na cidade pois o mix da feira é variado e tem pra todo gosto.

Os comerciantes da Praça General Valadão buscam oferecer produtos e serviços que supram as necessidades dos consumidores. Na relação de consumo entre camelôs e consumidores são dadas algumas garantias aos consumidores apesar de que o CDC não traga em seu corpo nenhuma proteção específica nesta relação de consumo, a não ser comparar o ente despersonalizado<sup>8</sup> com o camelô para tentar responsabilizá-lo pelos seus atos abusivos perante o consumidor.

Os comerciantes da Praça General Valadão tem adaptado o Código de Defesa do Consumidor a sua realidade, visando dar mais qualidade e segurança aos seus clientes, e na maioria dos casos a solução dos eventuais problemas ocorridos nestas relações de consumo são solucionados de imediato, e outros até mesmo em um prazo inferior ao que dispõe o código. O Código de Defesa do Consumidor dispõe que o fornecedor tem até 30 (trinta) dias para solucionar o problema<sup>9</sup>.

Em visita feita na praça observando o procedimento adotado pelos comerciantes ficou constatado que eles têm uma política de trocas e reparos feitos de imediato não tendo o cliente que esperar por dias para ter uma resposta sobre a

---

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> CDC. Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III - o abatimento proporcional do preço.

solução do seu problema. Como o CDC não tem uma proteção explícita para este tipo de comércio e tão somente equipara o comerciante informal ao ente despersonalizado cabe ressaltar que todos os comerciantes tem adaptado o Código ao seu dia a dia utilizando-o e passando a seus clientes todas as garantias trazidas no diploma legal, ampliando e melhorando em alguns casos específicos. Em sua grande maioria é dada o direito de trocar o produto defeituoso por outro da mesma espécie ou um equivalente de imediato e até mesmo a devolução do dinheiro integralmente, caso o cliente não esteja satisfeito com o produto, como por exemplo, o vendedor de antenas que devolve o dinheiro caso o cliente não se sinta satisfeito com a qualidade do sinal da tv com a antena que é feita de forma artesanal.

Diante de um projeto importante para o município, que busca reorganizar o comércio informal que se estabeleceu no centro de Aracaju, esse projeto visa regularizar a situação dos camelôs dando-lhe melhores condições de trabalho não podendo esquecer-se da conscientização dos camelôs e ambulantes para aplicação do CDC, para todas as pessoas que compram suas mercadorias e utilizam seus serviços. O consumidor tem direito a ter informações claras e objetivas sobre os produtos e serviços. O poder público tem obrigação de fiscalizar e informar ao consumidor sobre seus direitos assim como todos que colocam seus produtos a venda, a prefeitura tem que criar meios para conscientizar tanto o comerciante que é um fornecedor quanto o consumidor para que tenham conhecimento da legislação, e mais que isso eles devem saber que o CDC pode ser aplicado ao comércio informal desde que ele atenda aos requisitos para a configuração da relação de consumo.

Entretanto para que se possa afirmar de fato, principalmente do ponto de vista jurídico, se a legislação consumerista se adequa ou não ao comércio informal, mais precisamente aos camelôs, termo que se aplicou englobando os ambulantes que mesmo não tendo ponto fixo é necessário que se faça uma análise dos elementos constitutivos da relação jurídica de consumo, assim como os parâmetros trazidos para responsabilizar os comerciantes informais pela sua violação dos direitos do consumidor protegido pelo Diploma Legal.

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

A defesa do consumidor é uma previsão Constitucional, apesar de que a Constituição Federal não especifica quem está enquadrado nesta definição e quem será o sujeito dessa relação. O Código de Defesa do Consumidor editado em 11 de setembro de 1990, com a Lei Federal 8.078/90 não define expressamente o que seja uma relação de consumo, desta forma é preciso à compreensão de alguns requisitos para caracterizar conjuntamente todos os elementos que o compõe. Essa caracterização é composta por quatro elementos fundamentais quais sejam: dois *elementos subjetivos*, pelo menos um *objetivo* e o *elemento causal, teológico ou finalísticos*.<sup>10</sup> Os elementos subjetivos compõe o consumidor, de modo que o Código disponibiliza quatro definições – uma direta e três por equiparações e o fornecedor é visto na relação de consumo como elemento objetivo, compreendido em produtos ou serviços. São os objetos das relações consumeristas. Os outros três elementos causal, teológicos ou finalísticos, é trazido pela expressão “destinatário final” que está intrinsecamente ligado ao conceito de consumidor, isto é, o consumidor deve ser o destinatário final do produto adquirido ou serviço que contrata.

É necessária que fique de fato configurada a relação de consumo para que o CDC possa ser suscitado, os elementos tem que coexistir e a presença dos elementos tem que ser nítidas acerca da presença do consumidor, fornecedor ou do destinatário final, pois se analisamos de maneira individual passara a ser um contrato alheio à relação de consumo. Caso não haja ao menos um desses elementos a relação de consumo ficara prejudicada e não caberá a aplicação da normatização consumerista, ficando apenas a possibilidade de aplicação de outros dispositivos: Código Civil Brasileiro, Código Comercial ou outro que se aplique melhor ao caso concreto.

O presente trabalho tem o objetivo de saber se de fato as práticas comerciais realizadas na seara do comercio informal, desenvolvidas pelos “camelôs”, são aplicáveis à norma consumeristas, e, portanto será feita uma explanação mais detalhada sobre cada tema abordado acima confrontando a realidade da informalidade com o dispositivo legal para a configuração da relação de

---

<sup>10</sup> NERY JUNIOR, Nelson. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentados Pelos Autores do Anteprojeto.6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000, p. 430

consumo. Ressalte-se que os conceitos trabalhados no presente trabalho irão relacionar os aspectos jurídicos, não deixando de lado outras áreas das ciências humanas. Assim, segue.

### 3.1 Caracterizações de consumidor

O consumidor vem a cada dia mais ganhando destaque nas relações de consumo e ganhando destaque nas relações consumeristas a sua participação é de suma importância tendo em vista que sem o consumidor não há relação de consumo. Para que haja uma relação jurídica de consumo o consumidor é peça indispensável deste triângulo comercial.

O dicionário Houaiss define consumidor como “adj.s.m. que ou aquele que adquire mercadorias, riquezas e serviços para uso próprio ou de sua família; comprador, freguês, cliente”. O novo dicionário Aurélio da língua portuguesa define consumidor como aquele: “Adj.1. Que consome. S.m.2 aquele ou aquilo que consome. Restri. Aquela que compra para gastar em uso próprio”. O CDC define consumidor em seu “Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Sobre o ponto de vista econômico consumidor é todo aquele que é destinatário de um produto, sendo ele o adquirente ou não do produto ou serviço, alcançando tanto o destinatário final quanto o intermediário<sup>11</sup>. Na visão sociológica, consumidor é qualquer indivíduo que desfrute ou utilize bens e serviços pertencentes, a uma determinada esfera social<sup>12</sup>.

Quanto ao conceito jurídico doutrinário, que tem um conceito, mas satisfatório e atualizado para as relações consumeristas, que entende consumidor como: “aquele que seja pessoa física ou jurídica que adquire para uso pessoal ou de sua família produtos e ou serviços ou informações ao seu alcance de comerciantes no exercício de suas atividades”<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. Curadoria de proteção ao consumidor. São Paulo, APMP (Serie Cadernos Informativos), 1987, p.12. BENJAMIM, Antônio Herman V. o conceito jurídico de consumidor. São Paulo. Revista dos Tribunais, p. 628/69, fev. 1988.

<sup>12</sup> FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direito do consumidor. 3. Ed. São Paulo: Atlas: 1999. Ibid.,p.30.

<sup>13</sup> BENJAMIN, Antônio Herman de V. O conceito jurídico de consumidor. RT, 628:78, Fev.1988.

Percebe-se que de fato a conceituação jurídica não descarta por completo todos os conceitos já apresentados anteriormente. Ela reuniu todos os elementos de cada conceito para tornar mais amplo à figura do consumidor, sem divergir de parâmetros lógicos. Com o conceito legal trazido pelo código podemos compreender o conceito jurídico de consumidor, que estão os elementos intrínsecos do conceito. A norma nos traz quatro definições que ao contrário do que possa imaginar não podemos pensar de forma isolada e sim de forma conjunta para que não seja destoado o conceito de consumidor. Desta forma temos uma definição direta ou *strictu sensu*, e outras três equivalentes ou *latu sensu*. Ressaltando-se que os quatro conceitos vistos pelo Código de Defesa do Consumidor, consideram a destinação final e a vulnerabilidade com elementos decisivos para a caracterização do consumidor.

O primeiro conceito trazido pelo Código de Defesa do Consumidor expresso no artigo 2º, caput que diz: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Neste contexto o código coloca a pessoa física quanto à jurídica. Em relação à pessoa física não há questionamento, e quanto à pessoa jurídica ela tem que atender ao requisito de destinatário final do produto e ou serviço e que se encontre vulnerável<sup>14</sup> na relação de consumo para ser equiparado ao consumidor.

O conceito *strictu sensu* ou direto é mais específico ao consumidor explicitando com mais objetividade quem se classifica como tal. Salientando desde já que consumidor não é só aquele que adquire o produto ou serviço e sim todos aqueles que utilizam. Nesse sentido todos que utilizarem os produtos e ou serviços serão considerados consumidores. Nem sempre quem compra o produto e ou serviços é quem vai utilizá-lo, isso não descaracteriza o consumidor que vai utilizar como destinatário final neste contexto quem o adquiriu é apenas um intermediário.

Assim podemos afirmar que todos aqueles que comprem produtos e serviços dos camelôs e ambulantes são considerados consumidores nos termos definidos anteriormente. Internamente ligado ao conceito de consumidor está o terceiro elemento relacionado anteriormente, que é o *causal, teológico e finalístico*, configurado na expressão “destinatário final”. A destinação final ou a finalidade é um requisito para caracterização da relação e consumo, ela vem expressamente nos

---

<sup>14</sup> KHOURI, Paulo R. Roque. Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo. Atlas, 2012, p.48.

termos “destinatário final”. Para suprimir os possíveis enfrentamentos que poderá ocorrer, passamos a analisar as duas teorias que tratam desses elementos, que são: a *teoria finalística*<sup>15</sup> e *teoria maximalista*<sup>16</sup>, de modo que a adesão de ambas restringe ou amplia a presença do consumidor, e por consequência a existência da relação de consumo.

A teoria finalística, também conhecida como teoria econômica ou minimalista institui que a relação de consumo só estará caracterizada quando estiver presente a destinação fática e econômica, tendo contraponto que a destinação do produto seja para uso próprio ou familiar e não sejam auferidos lucros. Aquele que adquire o produto e utiliza para uso próprio está diante de uma situação fática já os que concluem a cadeia de produção estão diante de uma situação econômica, não basta só comprar o produto é preciso que ele não seja para revenda ou uso profissional.

Diante do contexto quando estão presentes os dois requisitos tem se de fato um consumidor. Essa teoria faz uma interpretação mais limitada em relação ao consumidor, trazida no diploma legal.

A teoria finalista aprofundada ou mitigada amplia o conceito de consumidor incluindo todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor. Decorre da mitigação dos rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte, pessoa física ou jurídica, embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade. Assim, o conceito-chave no finalismo aprofundado é a presunção de vulnerabilidade, ou seja, uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza e enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo<sup>17</sup>.

Este entendimento limita o número de pessoas que possivelmente seria consumidora. Quando por exemplo uma artesã compra uma máquina de estampa e costura para confeccionar suas peças, diretamente ela não vai auferir lucros com a máquina, porém ela vai usa-la como meio para a sua produção e com isso obter sua

---

<sup>15</sup> MARIGHETTO, Andrea. O “diálogo das fontes” como forma de passagem da teoria sistemático-moderna à teoria finalística ou pós-moderna do Direito. *Diálogo das fontes—Do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro*. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 11-124, 2012.

<sup>16</sup> NORAT, Markus Samuel Leite. Markus Samuel Leite. O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista. *Âmbito Jurídico*.

<sup>17</sup> <http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/temas-em-debate/cdc-na-visao-do-tjdft-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado>

renda. Sendo assim, sob a luz dessa teoria não há vulnerabilidade, portanto ela não poderá ser considerada como destinatária final do produto e, portanto não haverá uma relação de consumo.

A pessoa física ou jurídica que adquirir um bem para produzir não é considerada consumidora final, tendo em vista que elas utilizam ou transformam o produto e ou serviços para oferecer a outrem, que neste caso se enquadra como consumidor final<sup>18</sup>. O Superior Tribunal de Justiça já embasou algumas das suas decisões fundamentadas sobre esta teoria<sup>19</sup>.

Os adeptos da citada teoria entendem que o alcance demasiado da aplicação do Código de Defesa do Consumidor causaria uma macula, pois o propósito do legislador era tutelar de maneira especial os profissionais quando eles estivessem como consumidores, obtendo privilégios diferenciados do direito comum<sup>20</sup>.

Em contrapartida a abrangência defendida pela *teoria maximalista* tem razão de ser. A expressão destinatário final foi colocada no texto com objetivo de contrapor a ideia de lucro direto e comercialização de produtos comprados ou utilizados, ou seja, a revenda de produtos e serviços.

Para a *teoria maximalista* ao adquirir o produto ou serviço não importa se vai ser ou não o destinatário final do produto, o cliente já passa a ser consumidor e ter a cobertura do CDC.

A fixação de limites à presunção de vulnerabilidade, como está descrito na teoria finalista revela um controle demasiado, gerando uma incompatibilidade com o objetivo do proposto pelo CDC, assim como o reconhecimento da hipossuficiência do consumidor e confrontando com o *princípio da isonomia constitucional*, além de ferir o ordenamento do Código de Defesa do Consumidor.

---

<sup>18</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência. 6ª ed. Niterói; Impetus, 2010, p. 15-16.

<sup>19</sup> Investidor que é cessionário de 1.747 contratos de participação financeira das Telecomunicações São Paulo S/A (Telesp) não tem direito ao mesmo foro privilegiado do consumidor originário, que é o usuário da linha telefônica. Apesar de ter legitimidade para pleitear em juízo diferenças das ações, a ele se aplica a regra comum de definição de foro prevista no Código de Processo Civil (CPC). O entendimento é da Quarta Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ), ao julgar recurso em que o detentor das ações da Telesp buscava foro privilegiado – em seu domicílio – para requerer diferença da composição acionária, conforme prevê o pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). 10/01/2014.

<sup>20</sup> GARCIA, Leandro de Medeiros. Direito do Consumidor: código comentado e jurisprudência. 6ª. Ed. Niterói: Impetus, 2010. p. 18

Sendo assim o uso da teoria maximalista será mais razoável quando se tratar de defesa do consumidor.

A interpretação principiológica da vulnerabilidade deverá ser feita de forma irrestrita e mais abrangente de modo que possa presumir o estado de vulnerabilidade de todos consumidores nas relações de consumo. O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor advém do tratamento igualitário que está disposto no caput do artigo 5º da *Constituição Federal*<sup>21</sup>.

O princípio da igualdade pode ser estabelecido textualmente como um pressuposto de tratamento igualitário a todos frente à aplicação da lei, mas, como lembra Alexandre de Moraes, “*tratamento desigual dos casos desiguais, na medida em que se desiguam, é exigência tradicional do próprio conceito de justiça*”. Assim, a figura presente na constituição só se encontra ofendido no momento em que o elemento acusador não se encontra a serviço de um objetivo acolhido pelo direito.

No momento em que o sistema jurídico brasileiro passa a reconhecer a vulnerabilidade como um princípio entende que é uma qualidade/condição da parte mais fraca da relação de consumo, haja vista que a segurança física ou psíquica poderá ser ferida ou ofendida, bem como na área econômica, pelo polo do sujeito mais forte da relação<sup>22</sup>.

É importante destacar que a grande maioria dos consumidores que buscam o comércio informal tem um baixo poder aquisitivo, nesse contexto pressupõem que além da vulnerabilidade intrínseca a sua condição de consumidor ainda existe uma agravante no sentido que o nível de conhecimento é menor e dessa forma os seus direitos não são reclamados quando forem infringidos.

A vulnerabilidade técnica/informacional<sup>23</sup> é em decorrência da ausência de conhecimento sobre os meios de produção, armazenamento e comercialização

---

<sup>21</sup> CF/88 Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

<sup>22</sup> MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito. 3.ed. porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009 p.125.

<sup>23</sup> a) **técnica**: o consumidor não possui conhecimentos específicos sobre o produto ou serviço, seja com relação às suas características, seja com relação à sua utilidade; b) **informacional (da informação)**: que decorre da vulnerabilidade técnica, mas que deve ser tratada de forma autônoma, por força da dinâmica que as relações de consumo têm diante da *era digital*, onde o acesso à informação foi ampliado de forma a ser determinante para a decisão de compra do consumidor, assim, a proteção a *vulnerabilidade informacional* do consumidor pressupõe o controle da qualidade da informação transmitida pelos fornecedores (e não a sua quantidade).

dos produtos. Essa fragilidade informacional decorre da falta de informação prestada ao consumidor ou informações enganosas e até mesmo aquelas desnecessárias que às vezes até confunde e dificulta o entendimento do sujeito passivo, que diante de tamanha complexidade das técnicas e modos utilizados só torna a compreensão do consumidor, mas difícil, e os colocando em posição de inferioridade. A maioria dos consumidores que vão à procura dos camelôs da Praça General Valadão, não sabe em quais circunstâncias os produtos foram feitos e qual o nível de segurança que ele possui. Vale lembrar que o movimento neste ambiente é intenso e na maioria das vezes não há tempo para passar as informações necessárias e suprir a ausência de conhecimento do consumidor.

A vulnerabilidade jurídica é a segunda dificuldade que o consumidor ofendido encontra por não dispor de meios eficazes para pleitear e defender seus interesses e direitos que foram violados seja eles na esfera jurídica ou administrativa, perante o órgão de proteção ao consumidor ou, com a delegação para um advogado ingressar judicialmente. Essa vulnerabilidade pode se dar pode ser na fase judicial, extrajudicial e pré-processual. É comum o consumidor não querer resolver seus litígios na esfera judicial e tentar resolver amigavelmente, pois, há um sentimento de morosidade da justiça que desestimula o consumidor ou qualquer outro cidadão a ingressar na justiça para garantir seus direitos e muitos se conformam com a situação que foi exposta e não pleiteiam seus direitos.

A vulnerabilidade econômica que se refere ao poder que o fornecedor tem sobre os consumidores é outro ponto de disparidade que afeta a relação de consumo. Na maioria dos casos o fornecedor tem vantagens sobre o consumidor no tocante à economia de mercado e as imposições políticas<sup>24</sup>. Neste contexto o fornecedor sempre tem vantagens em relação ao consumidor seja ele do mercado formal ou informal, pois, o fornecedor tem o poder de negociar a compra dos produtos com os fabricantes e revende-los por preços bem superiores ao de compra, eles ditam os tipos de mercadoria que vão ser colocadas no mercado e qual o preço independente do poder de compra de cada um.

---

<sup>24</sup> Segundo Moraes (2009, p.175) a vulnerabilidade econômica “[...] decorre diretamente da disparidade de forças existentes entre os consumidores e os agentes econômicos, revelando que estas possuem maiores condições de impor a sua vontade àqueles, por intermédio da utilização dos mecanismos técnicos mais avançados que o poderio monetário onde conseguir”. MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito. 3.ed. porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009 p.125.

A vulnerabilidade e a hipossuficiência são coisas distintas apesar de alguns entenderem que os termos possuem o mesmo sentido é preciso esclarecer que a hipossuficiência está relacionado à matéria processual<sup>25</sup>, presente no artigo 6º, inciso VIII, do CDC<sup>26</sup>, que busca orientar como agir quando há uma situação de desigualdade no processo e dando suporte ao julgador para equilibrar as partes em relação à produção de prova, custas processuais acesso as informações e tudo que se configure como desigualdade entre as parte.

Já a vulnerabilidade, é um critério de Direito Material visto como princípio basilar, previsto no artigo 4º, inciso I do CDC, esta situação ocorre mesmo antes de uma ação judicial. A submissão do consumidor em relação ao fornecedor no que diz respeito aos conhecimentos técnico/informacional, jurídico e econômico já é suficiente para caracterizar a fragilidade do consumidor frente ao fornecedor. A vulnerabilidade<sup>27</sup> é uma peculiaridade de todos consumidores já a hipossuficiência não pode ser generalizada pelo menos no que diz respeito ao poder econômico de cada consumidor. Porém essa situação não prejudica a vulnerabilidade que esta intrínseca nos consumidores, pois ele sempre vai estar vulnerável e nem sempre vai ser hipossuficiente.

Diante do apresentado, é possível afirmar que a teoria finalística atenuada é a que traduz melhor os anseios do Código de Defesa do Consumidor, pois desta forma ele consegue se fazer presente e tutelar cada vez mais uma grande quantidade de relações jurídicas.

Além da definição encontrada no artigo 2º, caput, qual seja *strictu sensu* ou direta, o CDC nos trouxe mais três definições por equivalência (*lato sensu*). A segunda definição de consumidor se encontra no artigo 2º, parágrafo único, com o seguinte texto: “Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo”. Com essa definição os direitos individuais e coletivos são abarcados em sentido *lato sensu*, que está na

---

<sup>25</sup> MIRAGEM, Bruno. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Editora Revista, 2008.

<sup>26</sup> DE CARVALHO, MICHELINE MARIA MACHADO; INDIVIDUAIS, Direitos. A inversão do ônus da prova no direito do consumidor. 2013.

<sup>27</sup> Antônio Herman de Vasconcellos e Benjamin aponta que “(...) a vulnerabilidade é um traço universal de todos os consumidores, ricos ou pobres, educados ou ignorantes, crédulos ou espertos. Já a hipossuficiência é marca pessoal, limitada a alguns – até mesmo a uma coletividade – mas nunca a todos os consumidores. A vulnerabilidade do consumidor justifica a existência do Código. A hipossuficiência, por seu turno, legitima alguns tratamentos diferenciados no interior do próprio Código como, por exemplo, a previsão de inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII)”. BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. Comentários ao código de proteção ao consumidor. São Paulo: Saraiva, 1991, p-224-225.

categoria de direitos ou interesses difusos, por abranger um número indeterminado de sujeitos que são ligadas por uma relação formal; coletivos strictu sensu, portanto atingem pessoas de um mesmo grupo que se vinculam com outras pessoas a serem demandada em consequência da vinculação jurídica; e individuais homogêneos, correspondente àqueles que estão na mesma origem, conforme artigo 81 parágrafo único inciso III, do CDC. As pessoas amparadas ou tuteladas por esse parágrafo não necessariamente precisam ser pessoas jurídicas, a objetividade deste parágrafo é contrária a primeira definição, pois aqui o legislador dá ampla liberdade para o judiciário interpretar e aplicar a lei de acordo a necessidade do caso em concreto para complementar essa omissão. A participação ativa da doutrina e jurisprudência é de grande importância para auxiliar a aplicação do dispositivo<sup>28</sup>. O conceito de consumidor no aspecto individual e coletivo está presentes, respectivamente no caput do artigo 2º e em seu parágrafo único.

A terceira definição de consumidor equiparado do atual dispositivo legal está presente no artigo 17 do CDC, que vem com a seguinte redação: “Para os efeitos desta seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”. Essa definição aborda a responsabilização pelo fato do produto e do serviço. A seção que poderá ser encontrada neste artigo é a seção II do capítulo IV, esta seção aborda sobre os danos relacionados às relações de consumo também conhecidas por acidentes de consumo<sup>29</sup>. Entretanto, todas as pessoas que tiverem danos relacionados a produto será protegidas pelo código mesmo que elas não sejam as adquirentes dos produtos e ou serviços basta que tenha alguma lesão em decorrência de uma relação jurídica de consumo.

O dispositivo faz equiparação da categoria de consumidor com todos aqueles que tenham sofrido um dano, independentemente de quem tenha comprado o produto e ou serviço. Aqui não importa se o terceiro, agora consumidor equiparado é ou não destinatário final do produto ou serviço. Por exemplo: o camelô está testando um produto para um cliente e esse produto explode causando ferimento ao cliente que estava comprando e a outras pessoas que estava passando, neste caso

---

<sup>28</sup> ALVES, Fabrício Germano. Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária. Natal, IEL, 2009, p. 51-52.

<sup>29</sup> Cumpre aclarar que este artigo apenas se emprega à responsabilidade pelo fato do produto e serviço, presentes nos artigos 12 ao 14. GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência. 6. ed. Niterói; Impetus, 2010, p.147.

todos que foram atingidos será equiparado ao consumidor por equiparação e protegidos pelo CDC.

Por fim chegamos à última definição de consumidor por equiparação encontrada no artigo 29 do CDC, que diz: “Para os fins deste capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”. Os capítulos referentes ao texto normativo são os Capítulos V, que versa sobre práticas comerciais e VI, que versa sobre práticas contratuais. A seguir fazem parte do campo de regulamentação todas às práticas que estão relacionadas com a oferta, a cobrança de dívida, a publicidade, as práticas abusivas, o cadastro de consumidores etc.

Diante das quatro definições de consumidor apresentada é possível perceber em linhas gerais que, consumidor “é toda pessoa física” ou jurídica que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final, equiparando-se o conjunto de pessoas que podem ser determinada ou não, e tenha uma interferência de algum modo na relação jurídica de consumo, e todas as pessoas que de algum modo foram atingidos pelo uso do produto ou serviço prestado por outrem, não deixando de incluir as pessoas determináveis ou não, que estiver exposta ao regramento previsto no CDC. É válido ressaltar que a mera exposição à prática já é o suficiente para este presente a relação de consumo, sendo irrelevante se teve ou não qualquer participação do consumidor<sup>30</sup>.

Após apresentar tais definições é possível afirmar que uma pessoa ao dirigir-se ao comercio informal/camelô, e compra, utiliza, se expõe ao produto ou serviço que está sendo comercializado, ele será considerado consumidor, *strictu sensu ou lato sensu*, dependendo do papel que desempenhe, isto é se está comprando, ficando exposto, testando etc. No entanto não é só isso que é suficiente para a configuração da relação de consumo nesse ambiente, para que exista esta relação é preciso que se faça presente outros elementos, que são fornecedor e produto e ou serviço.

Após a caracterização do primeiro elementos subjetivos, vamos analisar o segundo elemento, ou seja, o fornecedor, procurando de igual modo responder se o camelô é ou não fornecedor e de qual modo essa definição acontece, preenchendo mais uma lacuna na relação de consumo.

---

<sup>30</sup> DONATO, Maria Antonieta Zanardo. Proteção ao consumidor: conceito e extensão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993, p.228.

### 3.2 Caracterizações de fornecedor

Do mesmo modo que foi analisado o conceito de consumidor, irei analisar o conceito de fornecedor com o mesmo empenho. O código de defesa do consumidor, em que incida a amplidão dada ao conceito deste outro elemento subjetivo, não se empenhou com o mesmo fito na conceituação de cada espécie que compõe o gênero fornecedor, deixando para que a doutrina e a jurisprudência desse a interpretação e que a aplicasse conforme o caso concreto, de cada forma avaliada como tal.

O artigo 3º, caput, do Código de Defesa do Consumidor, traz o conceito de fornecedor<sup>31</sup>. Não se tratando exclusivamente de um rol taxativo de atividades, mas sim de um rol exemplificativo<sup>32</sup>, sendo conveniente aqui dizer, como forma elucidar a abrangência do conceito, a pessoa física incapaz não pode ser considerada fornecedora e todos aqueles que exercem atividades próprias do Direito Privado sem a condição de ocupação ou atividade.

Não obstante a sua dimensão, somente agregaria o conjunto de fornecedores aqueles que suprissem de produtos e serviços o mercado de consumo, dentro de uma atividade habitual que atendesse a procura dos consumidores<sup>33</sup>. A fim de compreender o conceito de fornecedor, de fato o legislador quis implantar nessa classe, é imprescindível analisar um termo que se encontra constantemente no código, que é de suma importância, qual seja “desenvolver atividade”. Quando o legislador citou a expressão ele quis esclarecer que fornecedor é todo aquele que desenvolve uma atividade com frequência<sup>34</sup>, isto quer dizer que ele exerce uma atividade com habitualidade, constância e frequente no tempo.

Portanto o prosseguimento e a duração completam a ideia de organização, corroborando com a caracterização de mais um requisito, qual seja, a

---

<sup>31</sup> 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.

<sup>32</sup> ALVIM, Arruda et al. Código do consumidor comentado. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2. ed, 1995, p. 35.

<sup>33</sup> GARCIA, Leandro de Medeiros. Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência. 6. ed. Niterói; Impetus, 2010, p. 25.

<sup>34</sup> Nesse sentido: Ibid. p. 25; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões Controvertidas no Código de defesa do consumidor. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009, p.98; Gianpaolo Poggio. Interesses difusos e coletivos. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2001, p. 57.

profissionalidade<sup>35</sup>. Incluso nesse requisito, estão presentes no escopo de auferir benesses com, ganhos, lucros, mediatos ou imediatos. Estes parâmetros são acrescentados para ampliar o conceito de fornecedor, além do seu desempenho da atividade profissionalizante, de sua amplitude, a desnecessidade de caracteriza o ônus ou gratuidade para existência da figura do fornecedor, isto é, a distribuição de uma simples “amostra grátis” dada por um comerciante, este ato já o configura como fornecedor mesmo sem haver uma contrapartida do consumidor. Nesse caso o fornecedor assume a responsabilidade pelo resultado que venha ocorrer pelo simples fato de “da” um produto que não será pago pelo consumidor, porém o fornecedor adota esse método para divulgar suas mercadorias e ou serviços, com o intuito que o consumidor retorne e adquira seu produto.

Para que uma relação de consumo seja caracterizada não é fundamental que haja um pagamento por parte do consumidor basta apenas que ele seja exposto ao produto e sofra algum tipo de dano que o código poderá ser invocado para solucionar a lide. Na prática uma relação de consumo poderá ser gratuita ou onerosa, nos dois casos a presença do fornecedor estará presente, e ele terá as mesmas responsabilidades. O código irá ser aplicado independentemente de o produto ter sido comprado ou doado. A responsabilidade do fornecedor é a mesma em ambos os casos e ele será responsável caso o produto traga algum dano para o consumidor<sup>36</sup>.

A prática de distribuir amostra grátis é comum no comércio, tanto do âmbito formal quanto no informal, essa prática é para atrair os consumidores e divulgar seus produtos. Alguns fornecedores fazem isso pensando que não serão responsabilizados por qualquer dano ocorrido, mas a legislação vigente tem

---

<sup>35</sup> Cláudia Lima Marques trata do tema nos seguintes termos: “Quanto ao fornecimento de produtos o critério caracterizador é desenvolver atividades tipicamente profissionais, como a comercialização, a produção, a importação, indicando também na necessidade de uma certa habitualidade, como a transformação, a distribuição de produtos. [...] Quanto ao fornecimento de serviços, a definição do art.3º do CDC foi mais concisa e, portanto, de interpretação mais aberta, menciona apenas o critério de desenvolver atividades de prestação de serviços. Mesmo o §2º do art. 3º define serviço como ‘qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração [...]’, não especificando se o fornecedor necessita ser um profissional. A remuneração do serviço é o único elemento caracterizador, e não a profissionalidade de quem o presta”. MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do Consumidor. 4. ed. Revista dos Tribunais: São Paulo, 2002 p.115-116. Corrobora com a necessidade da profissionalidade: FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevires, 2010, p. 18; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões controvertidas no Código de defesa do consumidor. 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009, p. 98;

<sup>36</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 19.

dispositivos que coloca o fornecedor como responsável pelo resultado e o direito consumidor será garantido e o fornecedor arcará com as responsabilidades.

O Código de Defesa do Consumidor trata o fornecedor como gênero e produto como espécie, fabricante, criador, montador, construtor, importador, exportador, distribuidor, comerciante e prestador de serviços. A forma como o fornecedor se relaciona com o consumidor poderá ser classificada como mediato ou indireto e mediato ou direto. Desta forma existem dois grupos de fornecedor, no primeiro grupo estão os fornecedores que, o desenvolvimento de suas atividades permite a positividade da relação de consumo, porém as mesmas não integra diretamente com o consumidor. Neste grupo estão todos aqueles que desenvolvem práticas relacionadas à criação, produção, montagem, fabricação, construção, manipulação, transformação, distribuição, exportação, importação, acondicionamento entre outras.

O segundo grupo é formado pelos fornecedores que mantem uma relação direta com o consumidor, ou seja, são aqueles que têm o contato direto com o consumidor ao comercializar seus produtos ou serviços. Neste contexto estão inseridos todos aqueles que desempenham as atividades de vendas, publicidade, oferta realização de serviços entre outras<sup>37</sup>. É neste segundo grupo que o “camelô” se enquadra já que atuam como comerciantes no mercado informal e tem o contato direto com o público/consumidor para negociar seu produto e ou serviço.

A pessoa física pode ser considerada fornecedora, nesta situação estão enquadrados os profissionais liberais, e todos aqueles que desenvolvem algum tipo de atividade esporádica, habitual ou rotineira, comercializando produtos ou prestando serviços. As pessoas jurídicas de direito público são consideradas fornecedoras desde que haja uma contrapartida direta por parte da população no serviço público prestado.

O código em seu artigo 3º, além de colocar a pessoa física ou jurídica como fornecedora ainda acrescenta que pode ser pública ou privada, nacional ou estrangeira e ainda inclui os entes despersonalizados. Interessa ao presente trabalho aqui elaborado, uma atenção especial a essa última categoria.

---

<sup>37</sup> ALVES, Fabrício Germano. Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária. Natal: IEL, 2009, p.60.

A expressão “ente despersonalizado”<sup>38</sup> avoca um caráter de suma importância no conceito de fornecedor. A preocupação do legislador ao colocar essa expressão era dar uma proteção ao consumidor em relação àquelas pessoas que desempenham atividades com habitualidade e profissionalismo, obtendo lucros, mas que não possuam personalidade jurídica, e diante dessa situação se eximir de suas responsabilidades.

De modo habitual insere-se nesse grupo a massa falida, por exemplo, a família quando pratica atividade de fornecimento ou prestação de serviço, como por exemplo, o fornecimento de marmitas. Nessas situações serão consideradas fornecedoras para fins legais. Dentro desse grupo é admissível incluir as “pessoas jurídicas de fato”, ou seja, as que não são pessoas jurídicas, porém desempenham de fato uma atividade comercial, industrial, ou prestam algum tipo de serviço. Sendo assim os camelôs<sup>39</sup> que é o alvo de estudo do presente trabalho estão nessas condições. A falta de personalidade jurídica e a inegável informalidade desses profissionais não descaracterizam a sua condição de fornecedor, conforme afirmado anteriormente, e as demais figuras deste grupo é encarado como outro polo da relação de consumo e passível de toda responsabilidade que venha ocorrer.

Este grupo de fornecedores que atuam no mercado e abastecem expressivamente o mercado de consumo, não poderia ser esquecido pelo CDC. A doutrina e a jurisprudência não vêm tratando estas espécies de fornecedor com muito afinco sendo mínimas as considerações traziam. Contudo é possível concluir que aquele “camelô” que comercializa seu produto ou presta serviço em sua banca, já se enquadra em uma espécie de fornecedor, e sendo assim está sujeito aos mesmos direitos e dever que um fornecedor formal possui isto é com personalidade jurídica.

Até aqui é possível firmar um entendimento de que quando uma pessoa dirige-se ao “camelô” para adquirir um produto ou a prestação de um serviço, e estes os dão, como tais, ai está presente à relação de consumo. E ao contrário do que se

---

<sup>38</sup> O Código de Processo Civil elenca em seu artigo 12 os entes despersonalizados, sendo eles: a massa falida, o espólio, a herança jacente, a herança vacante, a sociedade irregular e o condomínio edilício. O termo é uma construção doutrinária.

<sup>39</sup> Nesse sentido: NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 4 ed, 2009, p.89; GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência. Niterói Imprensa, 2010, p. 27

possa imaginar, esta relação estará sujeita aos ditames do microsistema consumerista em todos os aspectos.

A partir deste momento é importante analisar que a inclusão do camelô como fornecedor é uma expressiva vitória para os consumidores que na maioria das vezes tem seus direitos ofendidos e não buscam o seu direito por acharem que por esta na informalidade os fornecedores (camelôs) não possuem responsabilidades pelos produtos e serviços que prestam e são isentos de qualquer responsabilização, mas de fato, essa não foi à intenção do legislador não foi isso que ele quis positivar, merecendo assim, um estudo mais apurado sobre o tema, objetivo a que se alvitrou o presente trabalho.

Destaque-se que, para que seja configurada uma relação de consumo é preciso que haja pelo menos um elemento objetivo, isto é, produto ou serviço que passo a discorrer adiante.

### **3.3 Configurações de produto e serviço**

Do mesmo jeito que os conceitos de consumidor e fornecedor, para se caracterizar a relação jurídica de consumo é imprescindível debruçar-se sobre os elementos objetivos que compõe a relação, isto é, produtos ou serviço.

A conceituação de produto está descrita no § 1º do artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor, que diz “Produto é qualquer bem imóvel ou móvel, material ou imaterial”. Com essa definição o legislador conseguiu abranger todas as relações que envolva duas partes onde uma se configura como fornecedor, pois é quem detém o objeto e do outro lado o consumidor que é quem vai usufruir das benesses que o produto poderá lhe proporcionar. O termo “qualquer” se refere a qualquer bem existente que possa ser resguardado pelo mundo jurídico econômico, portanto os produtos supriram as necessidades do consumidor e gera o desenvolvimento da atividade do fornecedor.

Além da classificação já citada no texto normativo, podemos acrescentar outros bens, quais sejam fungíveis, divisíveis ou indivisíveis, principais ou acessórios, singulares ou coletivos, duráveis ou não duráveis, entre outras

classificações. A definição legal de alguns desses termos faz-se presente no Código Civil<sup>40</sup>.

O código não exige que tenha uma contraprestação de caráter remuneratório, direta ou indireta, quando for compra ou utilização do produto ou serviço para que seja comprovada a relação de consumo. Nesse sentido, mesmo que o produto seja distribuído de forma gratuita à relação de consumo vai estar caracterizada tendo em vista que um produto que é o elemento objetivo da relação estará presente, sendo aplicáveis as normas de proteção em defesa do consumidor<sup>41</sup>.

Já a definição de serviço está descrita no §2º do artigo 3º do Código, o qual define e diz 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”. aqui o legislador usou, mas uma vez a expressão “qualquer”, almejando de igual maneira destacar a abrangência do termo ressaltando o caráter explicativo que a norma expressa traz.

O Código de Defesa do Consumidor traz uma classificação para serviços, este mesmo diploma legal classifica-os em duráveis e não duráveis. Essa divisão subdivisão está descrita no artigo 26, inciso I e II<sup>42</sup>.

Importante lembra que, as relações de trabalho não fazem parte do campo de proteção do microsistema consumerista, já com as demais expressões contidas no código, não ocorre distinção acerca da atividade realizada no mercado de consumo, estabelecendo apenas que seja prestada mediante a uma contraprestação de caráter remuneratório. Existem dois tipos de remuneração para a prestação do serviço que pode ser direta, sendo que logo após a prestação do

---

<sup>40</sup> Art. 79. São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural ou artificialmente. [...] Art. 85. São fungíveis os móveis que podem substituir-se por outros da mesma espécie, qualidade e quantidade. Art. 86. São consumíveis os bens móveis cujo uso importa destruição imediata da própria substância, sendo também considerados tais os destinados à alienação. Art. 87. Bens divisíveis são os que se podem fracionar sem alteração na sua substância, diminuição considerável de valor, ou prejuízo do uso a que se destinam.

<sup>41</sup> Nesse sentido: AMARAL, Luiz Otávio de Oliveira. Teoria geral do direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.1116-1117; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões controvertidas no código de defesa do consumidor: principiológica, conceitos, contratos atuais. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, 5. ed, p. 106; NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 4. ed, 2009, p.95;

<sup>42</sup> Art.26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em: I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis; II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

serviço o mesmo será pago e a indireta, que é quando há uma compensação posterior pelo serviço prestado, por ter ocorrido uma prestação de serviço anterior<sup>43</sup>.

É bom lembrar que aquela atividade seja ela comercializando produtos ou prestando serviços, que configure crime ou contravenção penal, mesmo que estejam presentes os pressupostos para o enquadramento do código em defesa do sujeito, ele não estaria resguardado pelo microssistema consumerista, haja vista o respeito que se deve ter das esferas da legalidade, parâmetro permitido por todo ordenamento jurídico pátrio.

Importante destacar, dentro do conceito de serviço, a respeito da incidência do microssistema consumerista aos serviços públicos. Mesmo tendo entendimento contrário<sup>44</sup>, não resta dúvidas que o serviço público, seja ele prestado direta ou indiretamente deve receber a tutela do CDC. Ao longo do código é provável que se identifique expressamente o dispositivo que fala sobre serviços públicos, tais como o artigo 6º, inciso X que assegura ao consumidor como um direito seu “a adequada e eficaz prestação dos serviços em geral”; o artigo 4º, inciso VII, que institui a “racionalização e melhoria dos serviços” públicos, como um dos princípios da Política Nacional das relações de Consumo; e o artigo 22, caput, que diz, “os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionaras, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreender, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficiente, seguro e quanto às essências contínuos”. A incidência do CDC no serviço público é inquestionável.

Para a configuração de um serviço é preciso que haja uma remuneração que poderá ser direta ou indireta, e que esta relação não seja de caráter trabalhista. A obrigação de se ter uma remuneração fez com que surgisse uma corrente doutrinaria<sup>45</sup> e jurisprudencial<sup>46</sup> procurando excluir uma parte dos serviços públicos

---

<sup>43</sup> ALVES, Fabrício Germano. Proteção constitucional do consumidor no âmbito da regulação publicitária. Natal: IEL, 2009, p.64.

<sup>44</sup> AMARAL, Antônio Carlos Cintra do. Distinção entre usuário de serviço público e consumidor, In: Revista eletrônica de direito administrativo econômico. Salvador, Instituto de Direito Público da Bahia, n. 6, mai/jun/jul de 2006. Disponível em: <<http://www.direitodoestado.com.br>> Acesso em: 15 set. 2014.

<sup>45</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Comentários ao código de defesa do consumidor. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006, p.390-391; NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. Serviços públicos e relação de consumo: aplicabilidade do código de defesa do consumidor. Curitiba: Juruá, 2006, p.156; BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões controvertidas no código de defesa do consumidor: principiologia, conceitos, contratos atuais. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009, 5 ed. p. 113.

do âmbito de proteção consumerista. A intenção é proteger a exclusão dos serviços públicos denominados de próprios, isto é, coletivos, ou também chamados de *uti universi* onde não há individualização dos destinatários, como por exemplo, a segurança pública. O serviço público prestado é remunerado de maneira indireta através do pagamento dos tributos e taxas, instituindo de tal modo uma relação tributária. De acordo ao entendimento dessa corrente o CDC se aplicaria somente aos serviços públicos impróprios, ou individuais, também chamados de *uti singuli*, de acordo essa classificação o indivíduo já é determinado ou passível de se determinar, como por exemplo, o serviço de telefonia ou de energia elétrica. Desta forma é possível a identificação de quem utiliza o serviço, ou seja, o consumidor é determinado. A remuneração dessa espécie de serviço é através de tarifa<sup>47</sup> ou preço público, ocasionando a aplicação do CDC<sup>48</sup>.

O Superior Tribunal de Justiça já pacificou entendimento no sentido de que não ocorrer incompatibilidade entre o microsistema de proteção e defesa do consumidor e a regulação dos serviços públicos prestados de maneira indireta<sup>49</sup>.

Diante ao exposto é possível entender que os elementos objetivos foram inseridos de maneira a abarcar o máximo de produtos e serviços, destacando a preocupação máxima de proteger o consumidor nas mais distintas situações, e pelos variados motivos de aquisição desses, tendo em vista especialmente a mutabilidade das relações sociais as quais são incluso os consumidores.

Após análise feita anteriormente, restou caracterizada a relação de consumo e a inquirição feita no começo deste capítulo sobre a aplicabilidade ou não

---

<sup>46</sup> Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 840.864/SP. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 17/04/2007. DJ. 30/04/2007; Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 493.181/SP. Rel. Min. Denise Arruda. Julgamento em: 15/12/2005. DJ. 01/02/2006.

<sup>47</sup> “A prestação de serviço público não obrigatório por empresa concessionária é remunerada por tarifa”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 926.159/RS. Rel. Min. José Delgado. Julgamento em 13/11/2007. Dj. 29/11/2007.

<sup>48</sup> “A tarifa, como instrumento de remuneração do concessionário de serviço público, é exigida diretamente dos usuários e, consoante cedição, não ostenta natureza tributária”. Superior Tribunal de Justiça. Resp. n° 976.836/RS. Rel. Min. Luiz Fux. Julgamento em 25/08/2010. DJe. 05/10/2010., 1992, p. 145.

<sup>49</sup> “Não existe incompatibilidade entre o sistema de regulação dos serviços públicos de titularidade do estado prestado de forma indireta e o de proteção e defesa do consumidor, havendo, ao contrário, perfeita harmonia entre ambos, sendo exemplo disso as disposições constantes dos arts. 6°, inc. X, do CDC, 7° da Lei 8.987/95 e 3°, XI; 5° e 19, XVIII, da Lei 9.472/97”. Resp. n°1.007.703/RS. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 18/03/2008. Dje. 18/11/2008; Resp. n°983.329/PB. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 18/12/2007. DJe. 06/02/2009; Resp. n° 993.511/MG. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 11/12/2007. DJe. 01/12/2008; Resp. n°988.749/RJ. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 11/12/2007. DJe 18/12/200; Resp. n° 947.731/RS. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 06/12/2007. DJ. 18/12/2007; dentre outras.

do CDC no ambiente do comércio informal desenvolvidos pelos “camelôs” e as pessoas que vão a busca de produtos e serviços mais acessíveis, de maneira que é possível aplicar o microssistema consumerista a esse público desde que as pessoas envolvidas nas relações se enquadrem nos conceitos apresentados.

#### **4 AS ESPÉCIES DE TUTELA/RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO APLICÁVEIS AOS CAMELÔS**

Após estudar os elementos que estabelecem a relação jurídica de consumo e a confirmação que o microsistema consumerista, explanados anteriormente, se aplica aos “camelôs”, vamos adiante analisar algumas espécies de responsabilidade que o Código de Defesa do Consumidor traz, isto é, a proteção na esfera civil, administrativa e penal, que buscam garantir ao consumidor, direto ou equiparado, a reparação dos danos causados decorrente da utilização ou exposição de produtos ou serviços, assim como a penalização do fornecedor que de alguma forma venha desrespeitar o que prevê o microsistema.

Ao analisar as tutelas dentro do CDC, procura-se saber como elas serão aplicáveis aos camelôs. Terá ela a mesma aplicação que um fornecedor instituído juridicamente? Diante das considerações legais trazidas é possível desde já dizer que sim, apesar disso não deve deixar de lado que os “camelôs” compõem um grupo característico de fornecedores embora sejam tratados como tais pela lei, sendo passíveis de todos os direitos e deveres que qualquer outro, sua condição de informal muitas das vezes se confunde com a ilegalidade, e desse jeito prováveis responsabilidades não são descuidadas haja a vista esse binômio. Necessariamente nem sempre eles estarão juntos, contudo as condições estão de tal forma tão enraizada na mente das pessoas que se torna complexa responsabilizar os comerciantes. Os consumidores na maioria das vezes encontram dificuldades para denunciar por falta de informações e esclarecimentos por parte do fornecedor, as ocorrências e vícios decorrentes do produto ou serviço, gerando dificuldades para serem ressarcidos no caso de algum dano sofrido.

Vamos começar pela análise da responsabilidade civil que uma das mais difundidas, em seguida a administrativa e por fim a penal. Ressalta-se desde já que o objetivo desta abordagem é pesquisar apenas saber de que maneira o CDC aborda a responsabilidade nessas três instituições e como ela ocorre na seara da informalidade. O objetivo da pesquisa não é apontar responsáveis por atos que ensejam a responsabilidade, entretanto fazer conhecer que para cada direito violado há um regramento que protege o consumidor do ato marginalizado do fornecedor, o CDC contém tutelas preventivas e ressarcitórias que estão à disposição do consumidor.

#### 4.1 Responsabilidades civis

o Código De Defesa Do Consumidor promulgado em 11 de setembro de 1990 entrou em vigor após cento e oitenta dias de sua promulgação, ou seja, em março de 1991. Antes da edição do CDC as relações de consumo contratuais e extracontratuais eram regidas pelo Código Civil Brasileiro de 1916. O código vigente até a edição do CDC refletia um excessivo individualismo, estando seus alicerces apenas na igualdade formal, desta forma não se levava em consideração a desvantagem que o consumidor tinha frente ao fornecedor na hora de contratar, nesta época o princípio da liberdade de contratar era derivado da vontade humana<sup>50</sup>.

O padrão adotado e idealizados não conseguiu suprir os anseios sociais e econômicos que vinham surgindo, sendo assim careceu de novos paradigmas que conseguisse proteger a nova forma de relacionamento entre os indivíduos. A cada dia fazia-se necessário à elaboração de um novo diploma que tratasse sobre o novo viés sociológico que brotava, ficando de lado uma concepção retrógrada de igualdade de todos os homens, daí então considerarem-os hipossuficientes e ou vulneráveis diante das novas relações estabelecidas. A Constituição Federal de 1988 foi de grande importância influenciada diretamente sobre as relações privadas<sup>51</sup>, especialmente por ter erigido como maior princípio de todo ordenamento jurídico brasileiro a dignidade da pessoa humana, percebido em todos os seus sentidos, físico, psíquico e patrimonial.

É forçoso elucidar desde já que, em virtude de seu caráter protetivo, o CDC pacificou que a responsabilidade civil e do fornecedor e ele responde independentemente de culpa pelos danos que ocorrerem no produto ou serviço. A ideia de culpa como alicerce para a reparação do dano ocasionado ao consumidor foi ultrapassada. Até o Código Civil de 1916, a exceção era a responsabilidade objetiva, com a edição do CDC ela passou a ser a regra geral<sup>52</sup>. Ao adotar a

---

<sup>50</sup> SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). Responsabilidade civil nas relações de consumo. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 82.

<sup>51</sup> MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: Direito, estado e Sociedade. v. 9. n. 29 p. 233 a 258 – jul/dez 2006, p. 233.

<sup>52</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.49.

responsabilidade objetiva o código civil passou a se vincular aos princípios constitucionais da dignidade, da igualdade e da solidariedade<sup>53</sup>.

No direito moderno a noção de culpa sempre foi aceita como regra no tocante a responsabilidade civil. Para que surgisse o dever de indenizar a culpa era o elemento primordial. Essa era a responsabilidade conhecida como subjetiva, pois a constatação da presença ou não da culpa era feita com o estudo da ação de quem a praticou e causou o dano. A noção de culpa estava atrelada a falta de prudência, de cuidado, de cautela e sua definição são complexas dentro do direito<sup>54</sup>.

A culpabilidade baseada na culpa tinha/tem umas regras básicas, tais como:

- a) não existe responsabilidade se a culpa não for devidamente provada ou presumida do agente;
- b) o conceito de culpa está ligado a um comportamento subjetivo configurado pela negligência, imprudência, imperícia ou mesmo o dolo;
- c) apenas o ato ilícito culposos ensejaria a responsabilidade;
- d) a sanção apenas recairia sobre o sujeito.

Com o passar dos anos, a culpa como ensejo máxima para a obrigação de indenizar seja por ação de particular ou de terceiro foi enfraquecendo, e caindo em desuso. Na seara consumerista a culpa acaba sendo um critério econômico como formadora da responsabilidade civil<sup>55</sup>. Utilizando essa teoria o consumidor dificilmente alcançaria uma reparação pelos danos sofridos, por sua condição de vulnerabilidade e ou hipossuficiência perante o fornecedor, que sempre era o polo, mas forte da relação jurídica de consumo. Constituir a responsabilidade civil na culpa não obteria a reparação de um dano derivado de um acidente de consumo<sup>56</sup>.

A culpa foi por um longo período o alicerce da responsabilidade civil como dever de indenizar. Esse entendimento foi sendo mudado pausadamente em razão de um ponto decisivo, isto é, a dificuldade que o consumidor tinha em provar a

---

<sup>53</sup> MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: *Direito, estado e Sociedade*. v. 9. p. 233 a 258 – jul/dez 2006, p. 250.

<sup>54</sup> SIMÃO, José Fernando. Fundamentos da Responsabilidade Civil no Código de Defesa do consumidor. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares da. (Coord.). *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 94.

<sup>55</sup> MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p.1147.

<sup>56</sup> ALVIM, Arruda. Et al. *Código do consumidor comentado*. 2. ed. São Paulo. Revista dos Tribunais, 1995, p. 88.

culpa do fornecedor. Para a responsabilidade subjetiva, a vítima era obrigada a provar o ônus, ou seja, a culpa do agente que ocasionou o dano. Caso não atuasse desse modo, sustentaria todo o dano e não teria a reparação. Ora, a deficiência do consumidor em diversos aspectos, assim como, conhecimento: técnico, jurídico, informacional, perante o fornecedor, que mantém dominação em relação ao consumidor.

Outro embasamento que contribuiu com a incidência da responsabilidade objetiva nas relações de consumo, isto é que impôs a obrigação de ressarcir sem fundar-se na culpa, é o princípio da proteção da confiança ou proteção das reais expectativas, contratuais ou extracontratuais, que o surgiram mercado de consumo através das atividades dos fornecedores<sup>57</sup>. Este princípio ficou conhecido como a boa-fé objetiva, que de fato deve fazer parte de todos os contratos, de consumo ou não. O fornecedor que tem o poder de escolher o que vai colocar no mercado de consumo tem o dever de fazê-lo com segurança, lealdade, informação, cooperação, qualidade<sup>58</sup>, entre outros requisitos. Não atuando dessa forma, resta a ele a obrigação de indenizar o consumidor pelos prejuízos que lhe causar.

O sistema consumerista não aceita a teoria do risco integral, isto é, aquela em que protege a existência da responsabilidade civil em qualquer situação. Conforme essa teoria a ressarcimento seria cabível mesmo sem o nexo de causalidade, desconsiderando a culpa exclusiva da vítima, caso fortuito, força maior<sup>59</sup> ou fato de terceiro.

Diante o exposto fica constatado que o dano e o nexo de causalidade que uni o dano ao produto ou serviço com defeito, e a obrigação do fornecedor de ressarcir o consumidor, destinatário final ou vítima do acidente de consumo.

A reparação oferecida ao consumidor precisa reintegrar ou aproximar-se do estado que se encontrava antes do dano. O consumidor deve ser ressarcido não apenas em danos materiais com também em danos Moraes, não só por causa da diminuição do seu patrimônio, mas também pela perturbação do seu sossego. Segundo a Súmula 37 do STJ é possível o acúmulo de danos morais e materiais.

---

<sup>57</sup> MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1149-1150.

<sup>58</sup> Cláudia Marques entende que esse dever de qualidade seria mais uma das atividades que o fornecedor deve possuir ao exercer seu trabalho no mercado de consumo. MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais. 5.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2006. p. 1149.

<sup>59</sup> VENOSA, Silvio de Salvo. Direito civil. 3. ed. São Paulo: 2003. v.4, p. 17.

O camelô poderá ser responsabilizado caso algum consumidor sofra um dano seja ele direto ou equiparado. Resta saber, contudo como se dá essa responsabilidade. A seguir passo analisar como o CDC trata a respeito da responsabilidade pelo fato e vício do produto ou serviço.

#### 4.1.1 responsabilidade pelo fato do produto e serviço

Em razão da dificuldade de conseguir provar a ocorrência de culpa pelo fabricante, produtor, comerciante, prestador de serviços no que diz respeito a um vício no produto ou serviço, que poderia causar um prejuízo ao consumidor, nasceu à necessidade de se concretizar a proteção do sujeito mais vulnerável da relação de consumo contra os danos ocorridos, gerando uma reponsabilidade civil do fornecedor. Na Seção II, do artigo 12 ao 17 do Código de Defesa do Consumidor fala sobre “Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço”<sup>60</sup> abrangendo de tal modo todos os vícios de segurança. A responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço quando o defeito for proveniente do projeto de fabricação, construção, montagem, apresentação, formula manipulação, acondicionamento do produto, assim como informações inadequadas ou insuficientes sobre sua utilização e risco.

O acidente de consumo que atinge a segurança e o bem estarem físico do consumidor está dentro da responsabilidade pelo fato do produto de serviço em outros lugares são pessoas que estiverem também expostas ao evento danoso. A responsabilidade pelo foto do produto e do serviço centraliza suas ações para assegura a “incolumidade física e psíquica” do consumidor, resguardando a saúde e segurança. Já a responsabilização por vicio busca resguardar a “incolumidade econômica” do consumidor<sup>61</sup>. Por exemplo, quando o consumidor compra um multiprocessador e ao liga-lo uma peça se desprende e acerta seu corpo, tem se aqui caracterizado um acidente de consumo. Desta forma o consumidor sofreu um dano. Porem se ao utilizar o mesmo processador e o copo desprende cai no chão e

---

<sup>60</sup> Segundo Cláudio Godoy acerca da definição de fato do produto e do serviço afirma que: “o fato do produto ou do serviço é um defeito de segurança a qual deles razoavelmente se esperava, frustrando, assim, a legítima expectativa do consumidor, sua confiança, mesmo no mercado, potencialmente, atingindo-se inclusive terceiros que aos consumidores são equiparados (art. 17 do CDC)”. GODOY, Cláudio Luiz Bueno. Responsabilidade pelo fato do produto e do serviço. In: SILVA, Regina Beatriz Tavares (Coord.). Responsabilidade civil nas relações de consumo. São Paulo: Saraiva, 2009, p. 148.

<sup>61</sup> BENJAMIN, Antônio Herman. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007, p.100

quebra, há um vício do produto, isto é o produto estava com imperfeição que poderia ter ocorrido na fabricação, não causando nenhum dano físico apenas econômico, estando seu ressarcimento trabalhado por hipóteses trazidas pelo CDC.

Há vício sem defeito, mas não há defeito sem vício<sup>62</sup>. O produto ou serviço torna-se inadequado pelo vício. Já o defeito além de esta inadequado ainda poderá causar um dano ao consumidor. Há quem diga que os termos são semelhantes<sup>63</sup>. Quando não há conformação do produto ou serviço diz que há um vício. Quando há o rompimento do dever de segurança do produto ou serviço diz que há um defeito, de tal modo fato ou acidente de consumo.

No artigo 12 do CDC, tem a presença de agente econômica que vão responder de maneira direta pelos fatos ilícitos originários do produto ou serviço. Ao longo da seção percebe-se que é mencionada a responsabilidade das demais espécies de fornecedores, envolvendo o máximo de agentes que estejam direta ou indiretamente no polo de oferecimento de produto ou serviço ao consumidor e que por ventura cause um dano a esse, caso ocorra o fornecedor arcará com o prejuízo.

A responsabilidade do fornecedor é clara sem deixar dúvidas de suas obrigações e de todos aqueles que integram a cadeia de circulação de produtos, todos que concorrerem para o fato serão responsabilizados. De fato, todos irão responder objetivamente independente de culpa. Não é necessária a existência de uma relação contratual para que o dever de reparar subsista, entretanto basta à existência de um dano, seja ele objetivo ou subjetivo. Há entendimento de que ocorrendo dano e não havendo defeito, o fornecedor não poderá ser responsabilizado<sup>64</sup>.

Incube ao fornecedor demonstrar a licitude de sua atividade através da comprovação da ausência de defeito, com o objetivo de afastar sua responsabilidade. Caso o fornecedor não tenha uma prova concreta e não consiga provar o contrário, o fornecedor será responsabilizado, porque o dano já se fez presente na faixa de risco da atividade que desenvolve. De tal modo que a ilicitude já se encontra presumida nesta relação. Há quem defenda que a responsabilidade

---

<sup>62</sup> NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2005, p. 167.

<sup>63</sup> DENARI, Zelmo. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, p. 183.

<sup>64</sup> GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do consumidor: código comentado e jurisprudência. Niterói Imprensa, 2010, p. 121.

pelo fato do produto e serviço é um tipo de responsabilidade civil por atos ilícitos<sup>65</sup>. Um grande avanço para a proteção do consumidor foi à desnecessidade da responsabilidade por culpa, pois havia uma grande dificuldade de provar a culpa do fornecedor diante de uma desvantagem técnica, informacional e econômica que o consumidor se encontrava. Haja vista que isso não impede que o consumidor trouxesse suas provas para o embate processual. É fundamental que se prove o nexo de causalidade entre o produto e ou serviço. O CDC trouxe com excelência o instituto da inversão do ônus da prova, quando a cargo do juiz for “verossímil a alegação” ou no caso de “hipossuficiência”<sup>66</sup> do consumidor, manifestando desta forma a sua preocupação com a vulnerabilidade do consumidor.

Seja na responsabilidade pelo fato do produto ou do serviço o comerciante denominado de “camelô” será responsabilizado, porem caso queira poderá ajuíza ação de regresso contra os demais fornecedores. Na maioria das vezes o comerciante não conhece o processo de fabricação e no caso dos camelôs essa é um fato ainda mais evidente tendo em vista a sua atividade. Desta forma ao atuar neste papel, terá que assumir todos os riscos inerentes à atividade, de tal modo que arcara nos termos da lei, com os danos advindos da utilização de um produto ou serviço que o consumidor venha adquirir.

#### 4.1.2 Responsabilidade pelo vício do produto ou do serviço

A responsabilidade pelo vício do produto ou serviço representa um modo mais brando de responsabilização idealizado pelo legislador que editou o CDC. Deste modo, ao contrário o ocorre com a responsabilidade pelo fato do produto, aqui há previsão expressa do tipo de responsabilização que será imposta ao fornecedor. Segundo o que foi relatado anteriormente a responsabilidade aqui também é objetiva<sup>67</sup>. A partir do não cumprimento do contrato de consumo por parte do fornecedor, a responsabilidade pelo vício já estará presente, não havendo necessidade da ocorrência do dano efetivo ao consumidor. Com o vício os produtos

---

<sup>65</sup> SANSEVERINO, Paulo de Tarso Vieira. Responsabilidade civil no Código do consumidor e a defesa do fornecedor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010, p. 115.

<sup>66</sup> BENJAMIM, Antônio Herman de Vasconcelos e. Comentários ao código de proteção ao consumidor. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 1991, p. 59.

<sup>67</sup> ANDRADE, Ronaldo Alves. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Manole, 2006, p. 193; FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p. 70.

ou serviços se tornam impróprios ou irregulares para consumo, e seu valor diminuído, e o consumidor poderá ter suas perspectivas frustradas. O artigo 23 do CDC traz em seu texto que *“a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade”*, demonstrando assim a opção do legislador pelo critério da objetivação. Os vícios do produto podem ser de qualidade, ou seja, quando as características do produto não estejam de acordo com o que era pra ser, e desta forma as tornam impróprias ou inadequadas ao fim que se destina; e de qualidade, este vício está relacionado ao formato ou aparência do produto, ele pode aparecer em relação ao peso, tamanho ou volume do produto entre o que foi divulgado e como verdadeiramente é. Este fato gera o dever de indenização em benefício ao consumidor pelos danos suportados.

Ocorrendo vício de qualidade do produto, o comerciante responde de maneira solidaria. O código prever que caso o vício não ser sanado no prazo máximo de 30 dias após a notificação do consumidor o mesmo poderá exigir: a) a troca do produto por outro de mesma espécie, e que esteja em boas condições de uso; b) a devolução imediata do valor pago, corrigido monetariamente, sem prejuízo de eventuais perdas e danos; c) desconto proporcional ao preço.

Já no caso em que o vício for de quantidade do produto, o consumidor poderá pedir: a) desconto proporcional do preço; b) o complemento da parte que esta faltando; c) a troca do produto por outro de mesma espécie, marca ou modelo, em perfeito estado de uso; d) a devolução imediata do valor pago, corrigido monetariamente sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

Há duas possibilidades em que o vício pode ocorrer, ele pode ser oculto ou aparente. Os vícios oculto são mais difíceis de identificar devendo o consumidor utilizar o produto para encontrar o vício. Já os vícios aparentes, como o próprio nome já nos dá uma noção do que seja ele não necessita da utilização para se constatar o vício basta uma análise no produto para que seja verificado o vício<sup>68</sup>. Em ambos os casos a reparação do dano terá que ser integralmente. Saliente-se que, por ausência de informações necessárias para que o consumidor venha utilizar o produto adequadamente poderá acarretar danos ao consumidor ou a terceiro e deve ser ressarcido por isso. De acordo os artigos 18 a 25 do CDC, os fornecedores

---

<sup>68</sup> FINKELSTEIN, Maria Eugênia Reis; SACCO NETO, Fernando. Manual de direito do consumidor. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010, p.72.

respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade, não havendo distinção entre fornecedores diretos ou indiretos.

O artigo 20 do CDC prevê os vícios do serviço. São serviços viciados “aqueles que se mostrarem imperfeitos e venha a decepcionar o consumidor”. Ocorrendo o vício o consumidor pode pedir: a) que o serviço seja refeito, sem nenhum custo adicional; b) a devolução imediata do valor pago pelo serviço; e c) o desconto no preço.

As duas modalidades de responsabilidade trazidas pelo CDC no âmbito civil, deixa claro o protecionismo em favor do consumidor, adotando como regra a responsabilidade objetiva, de tal forma que o fornecedor será punido tendo agido com culpa ou não, desde que seja comprovado o nexo de causalidade entre o dano e o consumidor e o produto ou serviço adquirido.

Diante do que já foi comentado no presente trabalho ficou clara as formas de responsabilização, seja pelo fato ou pelo vício do produto e do serviço, ambas envolvem o fornecedor nos termos do artigo 3º do CDC e nesse sentido está inserido o camelô, que está presente na categoria de entes despersonalizado.

Pode então afirmar que se houver uma violação dos direitos do consumidor, o “Camelô” poderá ser responsabilizado civilmente, isto é, o consumidor poderá mover uma ação contra ele, conforme manda a lei, obedecendo todos os procedimentos. Nas hipóteses transcritas anteriormente.

Contudo, na pratica a responsabilização do camelô não é uma tarefa fácil, por diversos motivos tais como: a situação em que se encontra, ou seja, a sua própria característica de ser informal; não possuem CNPJ (Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas); não pagam tributos devidos, entre outras características que são intrínsecas ao exercício da atividade informal. Ainda que haja ilicitude nas relações de consumo no comercio informal, a grande maioria dos consumidores não denuncia a violação de seus direitos, que ocorrem de várias maneiras. Muitos associam à imagem do “camelô” a falsificação, ilegalidade, e dessa forma não ver razão para ir buscar uma tutela jurisdicional, por exemplo.

Apesar de que, isso não seja uma regra porque a grande maioria dos camelôs da Feira da Praça General Valadão trabalha com produtos de procedência conhecida, e outros até produzem suas mercadorias. Isso não significa que todos trabalhem da mesma forma. Porém todos que comercializarem produtos e ou

serviços sendo legais ou ilegais responderam pelos seus atos na proporção da infração que cometerem de acordo os dispositivos legais.

Destaca-se que o Código de Defesa do Consumidor não aborda relação de consumo que contenha ilicitude, ou seja, não pode haver vício de ilegalidade em nenhum de seus elementos constitutivos. Senda assim caso o consumidor venha adquirir um produto fruto de descaminho ou falsificação de um camelô, ele estará diante um fato ou vício do produto e ou serviço, e o CDC não interfere nesta relação, pois há macula de ilicitude em virtude do produto, cabendo ao consumidor se valer de outros dispositivos legais de proteção.

Nosso próximo tópico será em relação ao comportamento do CDC no tocante a uma responsabilização administrativa do fornecedor. Está claro que ocorrendo uma relação que contenha elementos legais, não restaram dúvidas que as sanções administrativas previstas serão aplicadas, dessa forma o consumidor independentemente de comprar no comercio informal ou não, terá paralelamente a tutela civil, mas uma maneira de concretizar seus direitos.

## **4.2 Responsabilidades administrativas**

A responsabilidade/tutela administrativa é a principal arma de proteção que o consumidor possui, pois há vários órgãos e mecanismos envolvidos. Aqui o consumidor tem a sua disposição vários mecanismos legais e administrativos para utiliza-los em defesa dos seus direitos. A tutela administrativa manifesta-se no poder de polícia que o Estado tem de fiscalizar e prender mercadorias que estejam sendo comercializada irregularmente, esta é uma competência do Estado/Administração Pública<sup>69</sup>.

Essa tutela se dá de três formas: a) pela instituição de legislação protetiva; pela instituição e implementação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; e c) por meio de fiscalização, verificação e emprego das sanções administrativas aos seus violadores<sup>70</sup>.

---

<sup>69</sup> AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. Teoria geral do direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p.241

<sup>70</sup> ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica do consumidor. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 172.

É importante destacar que o poder de fiscalizar o controle do mercado de consumo assim como as normais de fiscalização e conduta, são temas abordados pela Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor, de caráter concorrente e limitado aos entes federados. O ordenamento jurídico pátrio, segundo a competência legislativa da União, Estados, Distrito federal, dispõe de normas legais<sup>71</sup> que tratam sobre as diversas matérias que afetam o consumidor. Entre as quais podemos destacar o Decreto nº 22.262, de 1993, que combate à usura, a Lei Federal nº 1.521 de 1951, que condena os crimes contra a economia popular, entre outras.

Dentre todos os dispositivos legais que dá proteção ao consumidor o Código de Defesa do Consumidor criada com a lei Federal nº 8.078/90, que é o mais completo por abranger toda e qualquer relação de consumo que seja lícita o CDC reuniu as normas específicas para poder proteger a parte mais frágil da relação de consumo e criou instrumentos para defesa.

O efetivo emprego da legislação protecionista que o consumidor dispõe a seu favor é feita por órgãos da administração e entidades que agem mediata ou imediatamente na defesa daquele ofendido. Na grande maioria das vezes o consumidor se apega única e exclusivamente nesses órgãos como forma de pacificar o conflito, que atuam como mediadores, e através da conciliação, seu problema será resolvido, ou direcionado para um desfecho satisfatório. São as ferramentas estatais, descentralizadas e abrangentes que estão à disposição do

---

<sup>71</sup> Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (Vetado).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

consumidor, desde um atendimento de uma queixa até a averiguação de um ato ilícito cometido contra ele<sup>72</sup>.

Diante do que já foi apresentado, podemos dizer de que forma a polícia administrativa atua, sendo que sua atuação engloba todas as áreas de interesse do consumidor. Podemos dizer que ela atua em três viés assim entendidos como, preventivas, fiscalizadora e repressiva. Na atuação preventiva, o poder de polícia age com intuito de padronizar as condutas dos indivíduos através do regulamento, concedendo ou não licenças e autorizações. Já na atuação fiscalizadora, o papel da Administração é age por meio de inspeções e vistorias, um exemplo de um órgão que atua dessa forma é a vigilância sanitária. E por fim a atuação repressiva, que consiste em aplicar as sanções previstas naqueles que cometem um ilícito administrativo.

Neste sentido a imposição de sanção ao administrado será equivalente à atividade que está em desacordo com o interesse público. Assim o administrado poderá ser advertido, multado, ter seu alvará caçado, ter seu estabelecimento interditado ou até mesmo ter seu estabelecimento demolido. Neste sentido há entendimento jurisprudencial<sup>73</sup>.

Conclui-se que, o Poder de Polícia é ato da Administração, que no uso de suas prerrogativas, reduz os direitos dos cidadãos quando estes causar ofensa ao interesse público. Analisada a ofensa ao direito da coletividade, a Administração tem a obrigação de agir imediatamente, podendo fiscalizar e atuar de forma preventiva ou repressiva. A polícia administrativa pode atuar diretamente quando o ilícito não for à esfera penal ou juridicamente quando o ilícito for à esfera penal.

---

<sup>72</sup> ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica do consumidor. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002, p.173-174.

<sup>73</sup> "DIREITO ADMINISTRATIVO – DIREITO CIVIL – ADMINISTRATIVO – DEMOLIÇÃO DE OBRA ERIGIDA EM ÁREA PÚBLICA – PODER DE POLÍCIA DA ADMINISTRAÇÃO – PRETENDIDA INDENIZAÇÃO PELO MATERIAL UTILIZADO NA CONSTRUÇÃO – DANO AO PRÉDIO VIZINHO – LUCROS CESSANTES – IMPOSSIBILIDADE – RECURSO E REMESSA PARCIALMENTE PROVIDOS – UNÂNIME – Correto é o procedimento da administração pública ao decidir demolir obra que havia sido feita em área pública, sendo despicienda qualquer autorização judicial para tanto, pois a administração goza do poder de polícia que nada mais é que o mecanismo de frenagem que esta dispõe para conter os abusos do direito individual. Incabível se mostra a pretendida indenização pela perda do material utilizado na construção diante da legalidade do ato praticado. O dano causado ao prédio vizinho é decorrente da obra feita pelo autor durante a reforma, e não pela ação demolitória da fiscalização, não podendo, pois, ser o mesmo beneficiado por sua própria torpeza. Conhecer. Dar provimento parcial. Unânime". (TJDF – APC 5157799 – 4ª T. Civil. – Rel. Des. Lecir Manoel da Luz – DJU 22.11.2000 – p. 37)

Diante disto, devemos salientar que o poder de polícia deve observar em seu exercício os princípios da legalidade e proporcionalidade. Sendo de acordo com o que a legislação permitir, e não podendo se utilizar de meios impróprios, estará agindo em conformidade com o texto constitucional. As sanções decorrentes do poder de polícia que a Administração pode aplicar são; advertência, multa, interdição do estabelecimento e pôr fim a demolição, sendo que cada um será aplicado de acordo à atividade que o administrado desempenhe.

Deste modo podemos compreender a natureza jurídica do poder de polícia e entendermos que tanto podem ser discricionários quanto vinculados. Estando de acordo com a legislação, doutrina e jurisprudência a Administração Pública também executa atos vinculados, um exemplo disso é a liberação de alvará para funcionamento de estabelecimento comercial.

Nota-se que o código não descuidou quando o assunto é a defesa do consumidor no âmbito administrativo, utilizando mecanismos que possam agir na prevenção, fiscalização e regulamentação de condutas que venham a violar direitos do consumidor. Neste contexto não se pode esquecer-se do PROCON, por ser um órgão de maior popularidade na defesa do consumidor haja vista sua vasta disseminação por toda a extensão territorial, e por ser o órgão que o consumidor logo pensa em procurar quando se sente lesado, para fazer sua reclamação ou procurar apenas informações sobre seus direitos. Sobre este órgão de maior expressividade, passa-se a analisar em seguida.

#### 4.2.1 o papel do procon na defesa do consumidor.

O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor está presente por meio de órgãos especiais a nível estadual e municipal, em prol do consumidor, isto é, o Programa Estadual de Defesa de Consumidor, denominados de Procon, assim como outros órgãos que agem com a mesma finalidade, a exemplo da promotoria de defesa do consumidor, os juizados especiais, entre outros. Os Procon's, de fato são a maior expressão, na esfera estadual e municipal em defesa do consumidor. Com a finalidade de proteger e defender os direitos e interesses dos consumidores. O

Decreto Federal nº 2.181/97<sup>74</sup>, instituiu as atribuições dos órgãos Estaduais, Municipais e Distritais.

Podemos destacar cinco atividades primordiais dos Procon's:

- ✓ **Orientação:** que consiste em prestar informações ao consumidor seja pessoalmente, call center ou por campanha publicitárias com o objetivo de alertar os consumidores sobre os cuidados que se deve ter na hora de comprar um produto ou contratar um serviço no mercado de consumo. As orientações vão desde esclarecimento de dúvidas sobre direitos e deveres até a forma de se comportar diante de uma determinada situação.
- ✓ **Mediação:** é o momento que o consumidor abre uma reclamação, e o Procon notifica o fornecedor para que ele tenha ciência que há uma demanda contra ele, e ele tem que prestar informações sobre o caso e dar os esclarecimentos necessários para que seja solucionada a lide de forma amigável. O §4º do artigo 55 do CDC, dá poderes aos órgãos oficiais de defesa do consumidor, em qualquer esfera, dando plenos poderes para emitir notificações aos fornecedores, chamando-os para prestarem informações relacionadas a reclamações de consumidores.
- ✓ **Encaminhamento a Fiscalização:** após tentativa de conciliação no Procon e não havendo sucesso, o Procon poderá enviar a reclamação do consumidor para os órgãos de fiscalização inclusive o Ministério Público para que sejam tomadas as medidas judiciais cabíveis em relação ao problema exposto. Outra medida a ser tomada é orientar o consumidor para que ele dirija-se aos Juizados Especiais Cíveis.
- ✓ **Fiscalização:** conforme está previsto no Decreto Federal nº 2.181/97, este decreto autoriza os órgãos estaduais, federais e municipais a fiscalizar as relações de consumo e as infrações praticadas contra o consumidor. Podendo aplicar sanções administrativas, assim como a execução e cobrança de multas.
- ✓ **Estudos e Pesquisas:** é de suma importância que os Procon's como órgão de fiscalização e controle esteja sempre atualizado tendo em vista a velocidade com que as coisas estão mudando, e para que o sistema de proteção ao

---

<sup>74</sup> Art. 4º No âmbito de sua jurisdição e competência, caberá ao órgão estadual, do Distrito Federal e municipal de proteção e defesa do consumidor, criado, na forma da lei, especificamente para este fim, exercitar as atividades contidas nos incisos II a XII do art. 3º deste Decreto e, ainda [...].

consumidor não fique desatualizado e sem razão de serem, os órgãos que cuida da proteção do consumidor sempre está atento às mudanças e a cada dia inovando suas atribuições para alcançar o objetivo para que fosse criado. E para que ele permaneça atualizado ele pode contar com entidades especializadas, institutos e universidades<sup>75</sup>.

Após tecer tais atribuições não resta dúvidas que o procon deva prestar informações ao consumidor sobre seus direitos não apenas nos seus órgãos, mas em qualquer local que haja uma relação de consumo, assim como: lojas comerciais comercio informal, prestadores de serviços entre outros. Como nesta relação há a figura do fornecedor e do consumidor o procon tem que conscientizar ambos de sua existência e de sua aplicabilidade, pois tanto o fornecedor quanto o consumidor tem direitos e deveres, apesar de que o consumidor tem mais direitos que deveres no CDC. Os órgãos fiscalizadores tem autonomia para notificar e pedir esclarecimentos aos fornecedores sobre condutas irregulares e a recusa de esclarecer pro parte do fornecedor pode gerar o crime de desobediência. Sendo assim diante de uma infração prevista em lei, é cabível a aplicação de sanção administrativa ao transgressor. As formas de infrações e suas respectivas sanções administrativas correspondentes, já estão previstas nos diplomas legais que versam sobre a matéria para serem aplicadas ao caso concreto.

O procon, órgão que compõe o sistema nacional de defesa do consumidor, que está presente nos estados, municípios e distrito federal, tem entendido que comprar em camelôs não é seguro tendo em vista a situação a que eles vivem, ou seja, no comercio informal as garantias dadas são verbais e não garantem nenhuma garantia que o consumidor vai ser ressarcido caso haja algum defeito ou vicio no produto. Muitos camelôs dão a palavra como garantia em caso de troca do produto caso haja defeito. Contudo, os camelôs também podem ser demandados judicialmente caso seja necessário, por se enquadrar na classe de entes despersonalizados ele também é considerado fornecedor e terá que cumprir os prazos de trocas previstos no CDC que será de 30 dias para produtos não duráveis e 90 dias para produtos duráveis.

---

<sup>75</sup> ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica do consumidor. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2002, p. 178-181.

O consumidor que compra no comércio informal tem que estar ciente que os produtos nem sempre estão de acordo às normas técnicas<sup>76</sup>. Entretanto o fornecedor não está isento de suas responsabilidades estando ele obrigado a reparar os danos ocorridos decorrente do uso, exposição ou qualquer outra forma que cause prejuízos materiais ou psicológicos.

A grande maioria dos produtos comercializados no comércio informal são de origem duvidosa. Pois os mesmos não emitem notas fiscais, desta forma fica mais difícil para o consumidor provar a data e o local que o produto foi adquirido. Não emitindo nota o fornecedor está infringindo uma norma que está prevista no artigo 1º, inciso v da lei federal nº 8.137/90<sup>77</sup>. O que pode parecer uma grande vantagem pode virar um grande transtorno, pois a compra em camelô, partindo do princípio que mesmo que a mercadoria seja legalizada a sua qualidade nem sempre tem procedência. Desse modo o consumidor poderá recorrer ao CDC, contudo terá que enfrentar alguns obstáculos, sendo que essa classe de fornecedores em sua grande maioria não possuem CNPJ, não tem ponto fixo e ainda podem ser sazonais, mesmo assim o CDC é aplicável a estas situações.

#### 4.2.2 das sanções administrativas previstas no CDC

O Código de Defesa do Consumidor traz em seu artigo 56, incisos do I ao XII<sup>78</sup>, sanções administrativas que pode ser desde uma multa até uma intervenção

<sup>76</sup> Procon: evite comprar em camelôs. Estadão, out. 2000. Seção Economia. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,procon-evite-comprar-em-camelos,20001027p10321>> Acesso em: 02 NOV. 2015.

<sup>77</sup> Art. 1º Constitui crime contra a ordem tributária suprimir ou reduzir tributo, ou contribuição social e qualquer acessório, mediante as seguintes condutas: [...] V - negar ou deixar de fornecer, quando obrigatório, nota fiscal ou documento equivalente, relativa a venda de mercadoria ou prestação de serviço, efetivamente realizada, ou fornecê-la em desacordo com a legislação. Pena - reclusão de 2 (dois) a 5 (cinco) anos, e multa. Parágrafo único. A falta de atendimento da exigência da autoridade, no prazo de 10 (dez) dias, que poderá ser convertido em horas em razão da maior ou menor complexidade da matéria ou da dificuldade quanto ao atendimento da exigência, caracteriza a infração prevista no inciso V.

<sup>78</sup> Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas: I - multa; II - apreensão do produto; III - inutilização do produto; IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente; V - proibição de fabricação do produto; VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço; VII - suspensão temporária de atividade; VIII - revogação de concessão ou permissão de uso; IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade; X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade; XI - intervenção administrativa; XII - imposição de contrapropaganda. Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser

administrativa. Podemos classifica-las de três maneiras: pecuniária, que significa a imposição de multas; objetiva, que são ações direcionadas ao produto e ou serviços, por exemplo, a retirada de um lote ou todos os produtos que não esteja de acordo às especificações pré-estabelecidas; subjetivas, são aquelas que recaem sobre a atividade do fornecedor, por exemplo, a cassação do alvará de funcionamento. As infrações descritas no Decreto Federal nº 2.181/97, também podem ser aplicadas as sanções previstas no CDC, sem prejuízos as sanções de caráter civil, penais e demais deliberadas em normas específicas, podendo ser cumulativas.

Importante aqui esclarecer a taxatividade ou não das penalidades advindas do CDC. Há uma corrente defendendo que as sanções administrativas trazidas pelo legislador no CDC são taxativas, e outra corrente entende que seria um rol *numeros clausus*, pois o *caput* do artigo permite a possibilidade de aplicar outras sanções advinda de outros dispositivos legais<sup>79</sup>. De fato, esse parece ser o melhor entendimento, pois tendo a possibilidade de usar outros dispositivos legais para aplicar sanções de outra natureza o consumidor ficara ainda mais protegido dos excessos que o fornecedor venha a praticar.

A Administração Pública é competente para aplicar as sanções e penalidades e sua expectava execução através de procedimentos administrativos, garantindo o direito de ampla defesa e ao contraditório do infrator. A finalidade da sanção não é somente punir o infrator, mas também educa-lo para que ele não venha mais cometer o ato delituoso. As sanções administrativas podem ser de caráter individual ou cumulativo, de forma cautelar, antecedente ou incidente no processo administrativo, sem afastar a possibilidade de utilizar outras normais.

### **4.3 Responsabilidades penais**

Além da responsabilidade civil e administrativa o CDC prevê a possibilidade de responsabilização penal, sendo que a aplicação de uma sanção não traz prejuízos a outras, pois todas são independentes, sendo aplicado a que melhor se adequar ao caso concreto ou até aplicando-as cumulativamente. O direito

---

aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

<sup>79</sup> DENARI, Zelmo. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991, p. 393-394.

penal do consumidor é considerado um sub-ramo do direito penal econômico, que assegura penalmente as relações consumeristas, sendo entendido como um “bem jurídico imaterial, individual, supra individual ou difuso”<sup>80</sup>.

A presença da proteção penal nas relações de consumo assim como a civil e administrativa trazem para o consumidor ainda mais garantias nas relações de consumo, a responsabilização criminal daqueles que infringem as normas é de suma importância para o mercado de consumo na medida em que os fornecedores não querem respeitar os direitos dos consumidores e com a aplicação do código penal a desobediência tende a diminuir, pois as penalidades trazidas são mais gravosas.

Ao tipificar doze condutas que burlam os direitos do consumidor o legislador abrangeu as “áreas de nocividade e periculosidade de produtos e serviços, fraude em oferta, fraude e práticas abusivas, publicidade enganosa e abusiva”<sup>81</sup>. Essas condutas estão inseridas nos artigos 63 a 74 do Código Penal. A característica desse delito é que ele é tipificado como crime de perigo e para que seja configurado basta que o perigo seja iminente mesmo não ocorrendo a fato o crime já vai estar qualificado pelo motivo de expor ao perigo, portanto neste crime a tentativa já qualifica o delito. Por se tratar de crimes de menor potencial danoso é permitido que se fizesse uma transação penal<sup>82</sup> ou a suspensão condicional do processo<sup>83</sup>.

O direito penal do consumidor não consiste tão somente em punir as condutas que gerem um dano, mais atuar de maneira preventiva para que as condutas delituosas não ocorram e dessa forma evitar-se o desgaste dos consumidores em reclamações que deveria ser evitadas e assim evitando com mais afinco a incolumidade do consumidor em todos os aspectos.

---

<sup>80</sup> AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. Teoria geral do direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 247.

<sup>81</sup> ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica do consumidor. 3 ed. Rev., atual. e ampl. São Paulo: Saraiva, 2002 p. 207.

<sup>82</sup> As infrações de pequeno potencial ofensivo são assim determinadas pelo art. 61 da Lei nº 9.099/95: Art. 61. Consideram-se infrações penais de menor potencial ofensivo, para os efeitos desta Lei, as contravenções penais e os crimes a que a lei comine pena máxima não superior a 2 (dois) anos, cumulada ou não com multa.

Leia mais: <http://jus.com.br/artigos/31194/transacao-penal-e-suspensao-condicional-do-processo#ixzz3gOzfwBG4> acessado em 03/11/15

<sup>83</sup> AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. Teoria geral do direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010, p. 248-250.

O bem jurídico resguardado pela norma penal no CDC são classificados como direitos básicos do consumidor, previstos no artigo 6º e seguintes posto em rol taxativos, assim como a própria relação jurídica de consumo. Por ser lei específica o CDC estará sobrepondo o Código Penal e lei extravagante no que se refere ao consumidor. O CDC contém muito mais requisitos que a norma geral, portanto será o diploma aplicado ao caso concreto.

No que diz respeito à responsabilidade criminal aplica-se o mesmo entendimento aplicados na responsabilização trabalhista como foi tratado acima. O camelô será enquadrado no crime tipificado no CDC desde que ele seja entendido como fornecedor, assim como os elementos que constituem a relação de consumo. O fato do legislador não ter oferecido maiores subsídios para aplicabilidade do CDC ao comércio informal, restringindo-se apenas a inclusão do artigo 3º com a expressão “ente despersonalizado”, sendo que na verdade essa é uma construção doutrinária a inclusão dos camelôs nesta categoria pegando o sentido da expressão entendemos que aí se enquadraria aqueles que dispõem de personalidade jurídica de fato. Contudo podemos dizer que os camelôs, que vem crescendo a cada dia no país necessita de uma atenção maior por parte das autoridades públicas, pois nem o consumidor nem o fornecedor podem ser prejudicados por desídia do estado, e que os direitos não sejam violados e a ordem não seja transgredidas e as relações sejam satisfatórias para ambos os sujeitos envolvidos nela.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Código de Defesa do Consumidor foi uma grande inovação que deu ao consumidor uma maior legitimação em relação à efetivação dos seus direitos, possibilitando aqueles cidadãos que compravam produtos e ou serviços e que de algum modo eram ludibriados, de maneira física, psíquica ou até mesmo patrimonial pudessem ser de alguma maneira ressarcida pelos danos sofridos. O legislador foi feliz ao prevê no código mecanismos de defesa em diversas áreas, protegendo ao máximo os direitos do consumidor, visto que os instrumentos que estão a sua disposição são eficazes não só na prevenção, mas também no ressarcimento de algum dano que possa ocorrer até a punição do fornecedor-infrator.

No decorrer do texto é possível verificar a presença de conceitos abrangentes, classificação de conflitos e hipótese *numerus clausus*, isto é não taxativo, a utilização da responsabilidade objetiva, como regra, desobrigando assim o consumidor de comprovar a culpa do fornecedor, em caso de ocorrência do dano, a inversão do ônus da prova, contanto que preencha os requisitos legais, entre outros meios que facilitem substancialmente o consumidor na sua efetiva proteção dos seus direitos.

Após análise apurada dos elementos que constituem a relação de consumo restou claro que o consumidor é o alvo principal de proteção do CDC, apesar de que isso não seja de causar muito espanto tendo em vista que o diploma foi elaborado para protegê-lo de maneira precípua, trazendo quatro conceitos de consumidor, e que dificilmente o cidadão não se enquadre em nenhuma das quatro definições trazidas. Ao abordar o conceito de fornecedor o legislador utilizou a expressão de *ente despersonalizado* na redação do artigo 3º do CDC. Na caracterização da relação de consumo é necessário que haja a presença dos elementos subjetivos e objetivo finalístico. O ordenamento jurídico não oferecerá tutela em uma relação jurídica que esteja contaminada de ilegalidade.

Podemos perceber que os camelôs são considerados fornecedores na medida em que estão enquadrados como *entes despersonalizados* proposta no artigo 3º do CDC. Nesse sentido os consumidores que adquirem os produtos dos camelôs são considerados destinatário final, ou seja, consumidores legítimos, eles utilizam o produto ou serviço tornando os vulneráveis em vários aspectos. Por fim vale ressaltar que nem todas as mercadorias disponibilizadas no comércio informal

são ilícitas, existe muitas mercadorias com procedência e que pagam tributos de modo que o CDC se aplica a esse ambiente.

É conhecido por todos que o comércio informal é conhecido desta maneira pelo fato de não atender os requisitos legais, eles não possuem registro e nos órgãos competentes de fiscalização e regulamentação. Contudo, a maioria dos produtos comercializados pelos camelôs é falsificada, sendo produzidos ou na própria residência ou entram no país por fruto de descaminho, que é a entrada de produtos sem o devido pagamento dos impostos e tributos. A maioria das mercadorias possui qualidade inferior e por esse motivo se tornam mais baratas que as mercadorias vendidas no comércio formal.

Na prática, a aplicação do CDC no comércio informal é uma tarefa árdua ou talvez impossível, levando em consideração o acervo jurídico disponível em relação ao camelô, em que pese seu enquadramento como fornecedor.

Nesse sentido em que há a existência de dois cenários e uma mesma realidade, tendo como protagonistas os produtos lícitos e ilícitos dentro do comércio informal a aplicação do CDC deve ser analisada caso a caso, ou seja, quando o consumidor se sentir lesado de alguma maneira pela aquisição do produto ou serviço. Caso ele sinta-se prejudicado poderá ir ao órgão competente com todo o tipo de informação necessária para propor a demanda em relação ao fornecedor que o lesou. O órgão competente fará uma análise cuidadosa para que o consumidor não seja frustrado em sua demanda.

Em que pese a responsabilidade, civil, penal ou administrativa o Código de Defesa do Consumidor não aborda especificamente da sua aplicação aos “camelôs”, entende-se que elas serão aplicadas da mesma maneira que se aplica ao comerciante formal, levando-se em consideração que o camelô foi equiparado ao comerciante. Há questionamento em relação ao consumidor, se ele teria ou não coragem de demanda contra um camelô por ser uma relação de difícil comprovação documental. O consumidor procura esse tipo de comércio pelo preço baixo dos produtos em relação às lojas e sabendo disso, apesar de saber que em sua grande maioria os produtos também tem uma baixa qualidade, mas isso não impede que o consumidor queira adquiri-lo. Em parte o consumidor já tem um pré-conceito formado em que a responsabilidade pelo produto é em parte dele também sendo que o mesmo foi adquiri-lo sabendo de todas as condições em que o comércio informal esta inserido e uma prova disso é a falta de demandas contra camelôs no

judiciário. A falta de demandas contra o fornecedor informal não o exime das penalidades previstas no ordenamento.

Ressalta-se aqui que em uma compra em que o consumidor adquire um produto ou serviço ilícito ele não poderá invocar o CDC, tendo em vista que o código só protege as relações lícitas. Mas caso a relação de consumo seja lícita e ele sofra um dano poderá invocar o CDC e usará todas as suas prerrogativas em seu favor para garantir seus direitos.

O camelô é uma classe de fornecedor bem característico e ainda que o entendimento da sociedade seja enraizado de modo que o associa aos produtos ou serviços que comercializam a informalidade, pirataria e ilegalidade, sendo que é possível encontra-lo cobertos de licitude e sendo assim, inseridos no campo de atuação do CDC. O tema requer uma atenção maior por parte dos legisladores, tribunais pátrios e doutrinadores, tendo em vista a sua inserção no mercado econômico e social, são vários os fatores que se relacionam para justificar o grande crescimento da classe informal no país e aqui em Aracaju/Sergipe não é diferente.

## REFERÊNCIAS

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

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

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

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

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

ALMEIDA, João Batista de. A proteção do consumidor. São Paulo: Saraiva, 1993. 3. ed. São Paulo Saraiva, 2000. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2003.

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

BENJAMIM, Antônio Herman V. e. O conceito jurídico de consumidor. In: MARQUES, Cláudia Lima.

MIRAGEM, Bruno. (Org.) Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor. São Paulo. Revista dos Tribunais, p. 628/69, fev. 1988.

BENJAMIM, Antônio Herman V. e. Comentários ao código de proteção ao consumidor. São Paulo: Saraiva, 1991. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. O direito penal do consumidor: capítulo do direito penal econômico. In: Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1: 103-29.

BONATTO, Cláudio; MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Questões Controvertidas no Código de defesa do consumidor. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999 . 5. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

DENARI, Zelmo. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1991. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997. 6. ed. Rio de Janeiro: Fosense Universitária, 2000. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

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

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

FILOMENO, José Geraldo Brito. Curadoria de proteção ao consumidor. São Paulo, APMP (Série Cadernos Informativos), 1987. Curadoria de proteção ao consumidor, defesa do consumidor: textos básicos. 2. ed. Brasília, MJ/CNDC, 1988. Consumidor, Ministério Público e a Constituição, Defesa do Consumidor: textos básicos. 2. ed. Brasília, MJ/CNDC, 1988. Manual de direitos do consumidor. 3. ed. São Paulo: Atlas: 1999. Código brasileiro de defesa do consumidor. 3. ed. Forense Universitária, [19?].

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

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

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

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

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

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

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

NERY JUNIOR, Nelson. Os princípios gerais do código brasileiro de defesa do consumidor. Revista de Direito do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, vol. 3. 1992. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

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

NORAT, Markus Samuel Leite. Markus Samuel Leite. O conceito de consumidor no direito: uma comparação entre as teorias finalista, maximalista e mista. Âmbito Jurídico.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. Comentários ao código de defesa do consumidor. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Saraiva, 2005. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

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

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

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

### **JURISPRUDÊNCIA CITADA**

(TJDF – APC 5157799 – 4ª T. Civil. – Rel. Des. Lecir Manoel da Luz – DJU 22.11.2000 – p. 37)

Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 976.836/RS. Rel. Min. Luiz Fux. Julgamento em 25/08/2010. DJe. 05/10/2010., 1992, p. 145.

Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 840.864/SP. Rel. Min. Eliana Calmon. Julgamento em 17/04/2007. DJ. 30/04/2007; Superior Tribunal de Justiça. Resp. nº 493.181/SP. Rel. Min. Denise Arruda. Julgamento em: 15/12/2005. DJ. 01/02/2006.

Superior Tribunal de Justiça. (Primeira Turma). Recurso Especial nº 926.159/RS. Relator Ministro José Delgado. J. 13/11/2007. DJ. 29/11/2007.

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

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

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

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

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

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

Superior Tribunal de Justiça. Súmula nº 37. São cumuláveis as indenizações por dano material e dano moral oriundos do mesmo fato.

## LEGISLAÇÃO BRASIL.

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

Código de Defesa do Consumidor lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990

LEI Nº 1.500, DE 28.09.1989 que regula o comércio ambulante de Aracaju/Se

Lei Federal nº9.099, de 26 de setembro de 1995. Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências.

## DOCUMENTOS EM PÁGINAS ELETRÔNICAS

Procon: evite comprar em camelôs. Estadão, out. 2000. Seção Economia. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,procon-evite-comprar-em-camelos,20001027p10321>> Acesso em: 02 NOV. 2015.

As infrações de pequeno potencial ofensivo são assim determinadas pelo art. 61 da Lei nº 9.099/95: Art. 61. Consideram-se infrações penais de menor potencial ofensivo, para os efeitos desta Lei, as contravenções penais e os crimes a que a lei comine pena máxima não superior a 2 (dois) anos, cumulada ou não com multa.

Leia mais: <http://jus.com.br/artigos/31194/transacao-penal-e-suspensao-condicional-do-processo#ixzz3qOzfwG4> acessado em 03/11/15

DE CARVALHO, MICHELINE MARIA MACHADO; INDIVIDUAIS, Direitos. A inversão do ônus da prova no direito do consumidor. 2013.

GARCIA, Leandro de Medeiros. Direito do Consumidor: código comentado e jurisprudência. 6ª. Ed. Niterói: Impetus, 2010. p. 18.

JAKOBSEN, Kjeld et al. Mapa do trabalho informal. São Paulo, CUT/FPA, 2000.

ITIKAWA, Luciana. Vulnerabilidades do trabalho informal de rua. São Paulo em Perspectiva, v. 20, n. 1, p. 136-147, 2006.

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

MARIGHETTO, Andrea. O “diálogo das fontes” como forma de passagem da teoria sistemático-moderna à teoria finalística ou pós-moderna do Direito. Diálogo das fontes—Do conflito à coordenação de normas do direito brasileiro. São Paulo: Revista dos Tribunais, p. 11-124, 2012.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de defesa do consumidor: princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais:

interpretação sistemática do direito. 3. ed. porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2009 p.125.

MIRAGEM, Bruno. Curso de direito do consumidor. São Paulo: Editora Revista, 2008.

MORAES, Maria Celina Bodin de. A constitucionalização do direito civil e seus efeitos sobre a responsabilidade civil. In: Direito, estado e Sociedade. v. 9. n. 29 p. 233-258 – jul/dez 2006. <[http://www.estig.ipbeja.pt/~ac\\_direito/Bodin\\_n29.pdf](http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/Bodin_n29.pdf)>. Acesso em: 2 out. 2014.

TIRYAKI, Gisele Ferreira. A informalidade e as flutuações na atividade econômica. Estud. Econ., São Paulo, v. 38, n. 1, p. 97-125, mar. 2008. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0101-41612008000100005&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-41612008000100005&lng=pt&nrm=iso)>. acessos em 20 out. 2015. <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-41612008000100005> <http://www.tjdft.jus.br/institucional/jurisprudencia/temas-em-debate/cdc-na-visao-do-tjdft-1/definicao-de-consumidor-e-fornecedor/mitigacao-da-teoria-finalista-para-o-finalismo-aprofundado>