

OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR PROTEGIDOS PELA LEI N° 8.078/1990

Douglas Luz da Silva¹, Lílian Cristina da Silva Vaz², Elias Vieira de Oliveira³,
Thaysa Kassis de Faria Alvim⁴, Andréia Almeida Mendes⁵, Fernanda Franklin
Seixas Arakaki⁶

¹Graduando em Direito pela Facig, douglasluz1996@gmail.com;

²Graduanda em Direito pela Facig, liliamvaz@outlook.com;

³Graduando em Direito pela Facig, eliasvieira26@hotmail.com;

⁴Especialista em Direito pela UFG; mestrandona em Políticas Públicas e Desenvolvimento Local pela EMESCAM; professorada FACIG; thaysaalvim@hotmail.com;

⁵Doutora e Mestre em Linguística pela UFMG, professora da FACIG;

⁶Doutoranda em Direito, instituições e negócios pela UFF; Mestre em Direito pela UNIPAC; professora da FACIG; fernandafranklinseixas@gmail.com

RESUMO - Este artigo é resultado de um projeto de extensão, intitulado “Os Direitos Básicos do Consumidor protegidos pela lei nº 8078/90”, realizado por alunos do curso de Direito da Faculdade de Ciências Gerenciais de Manhuaçu - FACIG, no ano de 2018. O presente projeto teve como finalidade informar os direitos básicos do consumidor, como exemplo, a dignidade da pessoa humana, proteção à vida, à saúde, à segurança, entre outros que serão demonstrados com respaldo na Constituição Federal de 1988, a fim de conscientizar o consumidor dos direitos que lhes são garantidos. Trata-se de uma pesquisa com abordagem qualitativa de campo e revisão bibliográfica.

Palavras Chaves: Direitos Básicos do Consumidor. Relação de Consumo. Proteção

Área do conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo é fruto de um projeto de extensão, desenvolvido no Núcleo de Prática Jurídica da FACIG, objetivando estender o conhecimento adquirido na sala de aula para o Instituto Íris, que é a nossa comunidade alvo.

A Lei n 8.078 foi editada em 11 de setembro de 1990 com o objetivo de defender os direitos que o consumidor possui à luz da Constituição Federal vigente. Desse modo, os princípios previstos na supracitada Lei devem ser observados e respeitados pelos fornecedores de produtos e serviços, bem como por aqueles que aplicarão o Código de Defesa do Consumidor ao caso concreto, visando impedir que o dano sofrido pelo consumidor fique sem reparação (NUNES, 2018, p 39).

À vista disso, os princípios, segundo Nunes (2018), "são verdadeiras vigas mestras, alicerces sobre os quais se constrói o sistema jurídico". Assim, os princípios constitucionais acabam dando estrutura e coesão ao edifício jurídico (NUNES, 2018 p. 47).

Os princípios jurídicos, sejam explícitos ou implícitos, ocupam posições de preeminência nos horizontes do sistema jurídico, vinculando o entendimento e a aplicação das normas jurídicas que com ele se conectam. Então, pode-se compreender que os princípios previstos na legislação consumerista são de extrema importância para a defesa do consumidor, aplicando de acordo com cada caso concreto as normas jurídicas que com ele se conectarem (NUNES, 2018 p. 47).

Sabe-se que há vários princípios constitucionais previstos no Código de Defesa do Consumidor; porém, será abordado, sucintamente no presente artigo, aqueles que mais afetam o direito do consumidor (NUNES, 2018 p. 54)

Diante disso, o artigo 3º da Carta Magna brasileira traz em seu bojo os objetivos fundamentais da República, tais como: a construção de uma sociedade livre, justa e solidária; a garantia do desenvolvimento nacional; a erradicação da pobreza e da marginalização e a redução das desigualdades sociais e regionais; a promoção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça,

sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação. Esses princípios serão ligados a outros que dizem respeito aos direitos e às garantias fundamentais do consumidor tais como o princípio da dignidade da pessoa humana e do consumidor, estando interligados desta forma, o direito a segurança, a proteção à vida e à saúde do consumidor; princípio da harmonia na relação de consumo; princípio da boa fé, além dos direitos oriundos da relação de consumo e proteção do consumidor em casos dano do produto ou do serviço (NUNES, 2018 p. 54).

2. METODOLOGIA

Trata-se de um relato de experiência a partir da execução de um projeto de extensão do Núcleo de Práticas Jurídicas da FACIG. O desenvolvimento do trabalho se deu em um período de dois semestres, sendo o primeiro período em que foi realizado um pré-projeto, sujeito a aprovação; neste pré-projeto, a comunidade envolvida foi o Instituto Íris, um salão escola de beleza localizado no bairro Coqueiro de Manhuaçu, visto ser um local em que há um grande fluxo de clientes e futuros profissionais da área, sendo, por este motivo, importante tratarmos com estes, assuntos referentes aos direitos básicos do consumidor. Sendo assim, no primeiro semestre, escolhemos o tema, separamos conteúdo e escolhemos o nosso público alvo. Essa pesquisa foi embasada em obras doutrinárias e na legislação vigente de modo a dar credibilidade ao nosso estudo.

3. OS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

O presente estudo mostra-se de extrema importância tanto para os acadêmicos de direito que poderão aprimorar seus conhecimentos frente ao direito do consumidor, quanto a população em geral, público-alvo do presente trabalho, que visa esclarecer tanto aos consumidores quanto aos fornecedores, os direitos básicos oriundos da relação de consumo.

A importância do presente trabalho fica ainda mais evidente por se tratar o bairro Coqueiro de Manhuaçu, referência na região, no que tange à comercialização de produtos e serviços, vindo ser essencial que todas as pessoas tenham um conhecimento básico de seus direitos para que não sejam lesadas por falta de conhecimento.

Segundo Nunes (2018), tem-se dito que a Lei n. 8.078/1990 se tivesse limitado a seus primeiros sete artigos, mesmo assim o consumidor estaria com uma ampla proteção, uma vez que eles refletem concretamente os princípios constitucionais de proteção ao consumidor (NUNES, 2018 p. 174).

À vista disso, é importante ressaltar que o primeiro artigo da nossa Carta Magna vigente assevera que a República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados, Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em um Estado Democrático de Direito, tendo como fundamento a soberania, a cidadania, a dignidade da pessoa humana, aos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa e o pluralismo político. Além dos princípios do mencionado artigo 1º, temos os princípios estipulados no artigo 3º da mencionada norma constitucional, como a construção de uma sociedade livre, justa e solidária, a garantia do desenvolvimento nacional, a erradicação da pobreza e da marginalização e a redução das desigualdades sociais e regionais, bem como a proteção do bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quais outras formas de discriminação. São esses princípios que serão ligados a outros princípios relacionados aos direitos e às garantias fundamentais do consumidor (NUNES, 2018 p. 54).

Destarte, serão analisados quais são os direitos básicos do consumidor, baseado nos princípios legais, como a dignidade, proteção à vida, saúde e segurança, proteção e necessidade, transparência, harmonia, vulnerabilidade, liberdade de escolha, intervenção do Estado, a boa-fé, o equilíbrio, a igualdade nas contratações, dever de informar, entre outros (NUNES, 2018 p. 174-183).

Começando pelo princípio da dignidade da pessoa humana e do consumidor, sabe-se que este princípio é garantia fundamental que serve como luz aos demais princípios e normas, os quais a ela devem todo o respeito, dentro do ordenamento jurídico constitucional pátrio. Assim, a dignidade garantida no artigo 4º do CDC (Código de Defesa do Consumidor) está ligada diretamente àquela maior, prevista no texto da Constituição Federal de 1988 (NUNES, 2018, p. 174).

Desse modo, a proteção à vida, saúde e segurança são direitos que nascem atrelados ao princípio da dignidade, vez que a dignidade da pessoa humana pressupõe um piso vital mínimo. Então, o CDC, a fim de assegurar expressamente a qualidade de vida com saúde do consumidor e sua segurança repete no artigo 6º, inciso I, o que praticamente está previsto no artigo 4º, *caput*, assegurando condições morais e materiais ao consumidor, que ao se referir à melhoria de qualidade de vida, está apontando não só o conforto material, mas também a possibilidade de usufruir das prazeres ligados ao lazer e ao bem-estar moral e psicológicos, garantidos no artigo 6º da Carta Magna (NUNES, 2018 p. 174).

É notório que uma das justificativas da existência da norma consumerista, indo até a intervenção do Estado no domínio econômico, é a necessidade de proteger o consumidor em relação a aquisição de certos produtos e serviços. Sendo assim, outro princípio importante expresso no artigo 4º, *caput*, do CDC, é a transparéncia que se traduz na obrigação do fornecedor de oferecer ao consumidor a oportunidade de conhecer os produtos e os serviços que são oferecidos, gerando no contrato a obrigação de propiciar o conhecimento prévio de seu conteúdo ao consumidor (NUNES, 2018, p. 176).

Quanto ao princípio da harmonia, com previsão no artigo 4º, inciso III, do CDC, deve-se dizer que a harmonia das relações de consumo nasce dos princípios constitucionais como da isonomia, da solidariedade e dos princípios gerais da atividade econômica, tendo como fundamento os princípios da boa-fé e equilíbrios (NUNES, 2018 p. 176-178).

Segundo a legislação consumerista, em seu artigo 4º, inciso I, o consumidor é considerado vulnerável. Tal reconhecimento é umas das medidas de realização da isonomia prevista no texto constitucional. Isso porque o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo, sendo considerada real, concreta, decorrente de dois aspectos como de ordem técnica e de cunho econômico (NUNES, 2018, p. 176).

Agora, a liberdade de escolha do consumidor tem respaldo no princípio da liberdade de ação e escolha estabelecidos na Carta Constitucional, em seus artigos 1º, III, 3º, I, 5º, *caput*, entre outros, tendo também uma relação indireta com o princípio da vulnerabilidade (NUNES, 2018, p. 177).

A fim de proteger o consumidor, como parte mais fraca da relação de consumo, o inciso II do artigo 4º do CDC, autoriza a intervenção do Estado, para assegurar o acesso aos produtos e aos serviços essenciais, bem como garantir a qualidade e adequação dos produtos e serviços no que tange a segurança, a durabilidade e o desempenho (NUNES, 2018, p. 177).

Já o princípio da boa-fé previsto no artigo 4º do CDC possui a função de viabilizar os ditames constitucionais de ordem econômica, compatibilizando; dessa forma, os interesses contraditórios, como, por exemplo, a proteção do consumidor e o desenvolvimento econômico e tecnológico. Assim, a boa-fé serve tanto para a defesa do débil como também fundamento para orientar a interpretação garantidora da ordem econômica (NUNES, 2018, p. 179).

Um outro princípio que garante a realização do princípio constitucional da justiça é o equilíbrio que visa a solução do tratamento equitativo entre os sujeitos da relação de consumo. Esse princípio encontra fundamento no artigo 51, inciso IV, e §1º, inciso III, do mesmo artigo 51 (NUNES, 2018 p. 182).

Existe ainda a igualdade nas contratações com fundamento no artigo 5º, *caput*, da CF/88, que trata do princípio da igualdade, bem como o dever de informar, o qual possui embasamento no artigo 6º, inciso III, do CDC. Desse modo, o fornecedor possui a obrigação de informar de todas as formas possíveis acerca do produto e do serviço, como suas características, qualidades, riscos, preços, etc., de maneira clara e precisa, não sendo admitido falhas e omissões (NUNES, 2018 p. 183).

O Código de Defesa do Consumidor veda ainda a publicidade enganosa ou abusiva no artigo 6º, inciso IV. Sendo assim, a lei aponta o controle da publicidade enganosa e abusiva, sendo exercido por meio de normas estabelecidas nos artigos 36 a 38, nos tipos penais dos artigos 67 e 69, como também, indiretamente, em outros dispositivos, como o artigo 30 (NUNES, 2018 p. 186-187).

Abordando, nesta oportunidade, os direitos básicos que são garantidos aos consumidores, podemos citar a possibilidade de modificação das cláusulas que estabeleçam prestações desproporcionais, o direito à revisão das cláusulas contratuais, o direito a prevenção e reparação de danos materiais e morais, a prevenção, a reparação integral dos danos sofridos pelo consumidor,

direitos individuais, coletivos e difusos, bem como o acesso à justiça e à assistência judiciária (NUNES, 2018 p. 186-193).

Um dos direitos básicos oferecidos ao consumidor é a possibilidade de modificação das cláusulas que estabeleçam prestações desproporcionais com fundamento no artigo 4º, inciso III, da Lei n. 8.078/1990, embasado nos princípios da boa-fé, do equilíbrio e da vulnerabilidade do consumidor, que necessita de aplicação concreta do princípio constitucional da isonomia, garantindo que haja a modificação de cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais e assegurando o direito à revisão das cláusulas em função de fatos superveniente, tornando-as excessivamente onerosas. O CDC, dessa maneira, a fim de proteger os direitos inerentes ao consumidor, veda totalmente a elaboração de cláusulas contratuais abusivas, considerando, assim, nulas todas as cláusulas que forem abusivas (NUNES, 2018, p. 189).

Outro direito que o consumidor possui é a prevenção e reparação de danos materiais e morais, além da proibição de tarifamento. Assim, o valor da indenização por danos materiais deve possibilitar a reabilitação integral do dano, o emergente ou dos lucros cessantes, de forma a proibir o tarifamento. A prevenção ao dano material e moral significa que está garantido ao consumidor o direito de ir a juízo requerer medidas cautelares com pedido liminar a fim de evitá-lo, sendo esse direito protegido pelo CDC nos artigos 83 e 84 (NUNES, 2018 p. 192).

É importante mencionar também que a Lei n. 8.078/1990 deixou consignado que a prevenção e a reparação dos danos não dizem respeito tão somente aos direitos dos consumidores individuais, mas também aos direitos difusos e coletivos (NUNES, 2018 p. 192).

A prevenção e garantias dos direitos dos consumidores é bastante ampla, sendo para esse fim a garantia do acesso aos órgãos administrativos e judiciais, implicando abono e isenção de taxas e custas, nomeação de procuradores para defendê-los, conforme entendimento expresso no artigo 6º, inciso VII do CDC (NUNES, 2018 p. 193).

Além dos mencionados direitos, ainda existe a garantia de assistência judiciária, considerada um dos grandes entraves para o exercício da cidadania a ordem financeira, capaz de por si só impedir a pessoa de buscar apoio ao Poder Judiciário para apresentar seu pleito. Dessa maneira, o CDC adotou o direito à assistência judiciária ao consumidor com fulcro no artigo 4º da Lei n. 1.060/1950.

5. A RELAÇÃO JURÍDICA DE CONSUMO

A Lei n. 8.078/1990 incide em qualquer relação que enseja o consumo. Dessa forma, necessário se faz a explanação em que hipóteses ocorrerá a relação de consumo (NUNES, 2018 p. 118).

A relação de consumo é composta pelo consumidor e o fornecedor de produtos e serviços. Nesse sentido, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquira ou utiliza produto ou serviço como destinatário final (art. 2º, *caput*, do CDC). O parágrafo único do artigo 2º do CDC amplia a definição dada de consumidor no *caput* do mencionado dispositivo, considerando consumidor também aquele que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final, equiparando a ele a coletividade de pessoas, ainda que não seja possível identificá-las, mas desde que tenham participado de alguma forma da relação de consumo. Também podem fazer parte da relação de consumo vítimas de eventos danosos, ou seja, vítimas de acidentes de consumo, que mesmo não sendo consumidoras de forma direta, foram atingidas pelo fato danoso. Ainda existe a equiparação de consumidores todas as pessoas que são expostas às práticas comerciais, mesmo que não seja possível a identificação, com fundamento no artigo 29 do CDC (NUNES, 2018, p. 118-131).

Por outro lado, fornecedor, segundo o que dispõe o artigo 3º do CDC, é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (NUNES, 2018, p. 133).

Quanto ao produto, o CDC definiu produto no §1º do artigo 3º e esse conceito de produto é universal nos dias atuais, segundo Nunes (2018), estando ligado à ideia do bem, resultado da produção no mercado de consumo das sociedades capitalistas contemporâneas. Ou seja, produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial (NUNES, 2018, p. 137).

Já o serviço, o seu conceito encontra-se firmado no artigo 3º, §2º, do CDC, determinando 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 trabalhistas (NUNES, 2018 p. 142).

Portanto, a Lei n. 8.078/1990 incidirá sempre que houver, na relação jurídica de consumo, consumidor e o fornecedor. Incidirá também quando a prática comercial puder tornar-se relação jurídica de consumo, pelo simples fato de expor e se impor a determinados consumidores; incidindo ainda quando ocorrer evento danoso contra determinada pessoa, mesmo que seja de forma indireta (NUNES, 2018 p. 169).

6. QUALIDADE E SEGURANÇA DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

Segundo o que dispõe o artigo 8º do CDC, os produtos e serviços colocados no mercado de consumo, em hipótese alguma, poderão acarretar risco à saúde ou a segurança dos consumidores, salvo os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando os fornecedores a dar as informações que forem necessárias e adequadas a seu respeito, em qualquer situação (NUNES, 2018, p. 202).

À vista disso, a respeito da potencialidade de nocividade e periculosidade, o artigo 9º do CDC dispõe que o fornecedor de produtos e serviços potencialmente nocivos ou que são perigosos à segurança e à saúde deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis aos casos concretos (NUNES, 2018, p. 202).

É importante ressaltar ainda que se o fornecedor sabe que o produto ou serviço apresenta alto grau de nocividade ou periculosidade e, mesmo assim, coloca-o no mercado de consumo, sabe-se que ele age com dolo. Nesse caso, se ele deveria saber, age com culpa (negligência, imprudência e imperícia). No entanto, essa designação vale apenas para fins penais e terá relação com o tipo do artigo 64. É importante mencionar também que qualquer problema relacionado à nocividade ou periculosidade dos produtos ou serviços, oferecidos ao consumidor, quer no que tange aos vícios, quer diga a defeitos, resolve-se com base na responsabilidade objetiva do fornecedor (NUNES, 2018, p. 174-175).

7. VÍCIO E DEFEITO

A Lei n. 8.078/1990 traz termos conceituais distintos para vícios e defeitos. Os defeitos estão disciplinados nos artigos 12 a 14, e os vícios nos artigos 18 a 20 (NUNES, 2018, p. 229).

Desse modo, segundo Nunes (2018), o termo víncio lembra muito víncio redibitório do Código Civil de 2002, que tem com ele certa semelhança na condição de víncio oculto, porém não se deve confundi-los, até porque é regra própria do CDC (NUNES, 2018 p. 229).

Assim, os vícios são considerados as características de qualidade ou quantidade que tornem os produtos ou serviços impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam e que lhes diminuam o valor. Do mesmo jeito, são também considerados vícios os decorrentes da disponibilidade havida em relação às indicações constantes do recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária (NUNES, 2018 p. 224).

Nesse sentido, pode-se dizer que os vícios do produto são os problemas que, por exemplo: a) fazem com que o produto não funcione de modo adequado, como um liquidificador que não gira; b) fazem com que o produto funcione mal, como a televisão sem som; c) que diminuam o valor do produto, como exemplo, os riscos na lataria de um automóvel; d) ou que não estejam de acordo com informações, como o vidro de mel de 500 ml que contenha apenas 400ml; e) e ainda, que façam os serviços apresentarem características com funcionamento insuficiente ou inadequado, como o serviço de desentupimento que, no dia seguinte, faz com que o banheiro alague (NUNES, 2018 p. 229-230).

Os vícios podem ser tanto aparentes como ocultos. Assim, os aparentes ou de fácil constatação, são aqueles que aparecem no singelo uso e consumo do produto ou serviço. Já os vícios ocultos, são aqueles que somente aparecem algum ou muito tempo depois do uso e/ou que, por estarem inacessíveis ao consumidor, não podem ser detectados na utilização cotidiana (NUNES, 2018 p. 230).

Por outro lado, o defeito pressupõe que haja vício. Pode haver vício sem defeito, mas o contrário não é possível. Então, o defeito é o vício acrescido de um problema externo ao produto ou serviço, que causa um dano ainda maior que simplesmente o mau funcionamento, por exemplo. Desse modo, o defeito causa, além desse dano do vício, outros danos ao patrimônio jurídico material ou moral, estético ou à imagem do consumidor. Portanto, o defeito é bem mais grave que o vício (NUNES, 2018 p. 230).

8. RESPONSABILIDADE CIVIL OBJETIVA

Como já foi mencionado no tópico 2 deste artigo a respeito dos princípios e direitos básicos do consumidor, o CDC garante ao consumidor a reparação integral dos danos patrimoniais e morais previstos no artigo 6º, inciso VI. Sendo assim, nos artigos 12 a 17, a Lei n. 8.078/1990 assevera que a reparação dos danos se estende a reparação material, moral, estético e a imagem (NUNES, 2018 p. 225).

À vista disso, quando o CDC determina a reparação integral dos danos, ele se refere aos danos materiais, morais, estéticos e à imagem do consumidor (NUNES, 2018 p. 226).

O dano material pode ser entendido como sendo aquele que compreende a perda patrimonial efetivamente já ocorrida e os chamados lucros cessantes, compreendendo tudo aquilo que o lesado deixou de auferir em decorrência do prejuízo sofrido, como renda líquida. Assim, na primeira situação, deverá existir a apuração do valor real da perda, mandando pagar em dinheiro a quantia apurada. Já na segunda situação, calcula-se o quanto o lesado deixou de auferir e é determinado, em seguida, o pagamento. No entanto, além dos danos materiais, existem ainda os danos morais, estéticos, e à imagem, sendo a responsabilidade considerada objetiva do fornecedor, independente de constatação de dolo ou culpa (NUNES, 2018 p. 226).

9. EXPERIÊNCIAS OBTIDAS COM O PROJETO

Tivemos como propósito na execução do presente trabalho, devido aos inúmeros estabelecimentos comerciais situados no bairro Coqueiro de Manhuaçu, situarmos tanto aos fornecedores quanto aos consumidores de seus direitos oriundos da relação de consumo.

Dessa forma, procurou-se sanar as principais dúvidas referentes a relação de consumo, de modo que as pessoas ficassem mais atentas em relação aos seus direitos, que, muitas vezes, são deixados de lado em prol da falta de conhecimento.

10. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como resultados, pretende-se que haja um compartilhamento de informações e conteúdos que servirão de auxílio para os consumidores e fornecedores locais, visto ser o bairro coqueiro de Manhuaçu referência no que tange ao fornecimento de produtos e serviços na região.

Pretende-se também, abandonar o “juridiquês”, visto que o público alvo é composto em sua maioria por leigos no assunto, sendo necessário a utilização de uma linguagem mais clara para que se possa haver um melhor aproveitamento do conteúdo.

Portanto, como resultado, há à pretensão por parte do nosso grupo, de que seja passado todo conteúdo de forma clara e objetiva para os consumidores e fornecedores locais.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante de todo o exposto, a Lei n. 8.078/1990 é de suma importância para a defesa dos direitos básicos do consumidor à luz dos princípios constitucionais a eles inerentes. Destarte, o CDC visa proteger a parte mais fraca da relação jurídica de consumo, buscando prevenir e reparar o dano causado ao consumidor. Portanto, sempre que o consumidor sentir que os seus direitos estão sendo violados na cadeia de consumo, poderá açãoar o Poder Judiciário para apresentar o seu pleito (NUNES, 2018 p. 174-199).

12. REFERÊNCIAS

DIAS 8 E 9 DE NOVEMBRO DE 2018

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

BRASIL. Lei n. 10.406, 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. Diário Oficial da União, Rio de Janeiro, 2002.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor**. 23 ed. Saraiva: São Paulo, 2017.

NUNES, Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**. 12 ed. Saraiva: São Paulo, 2018.