

Responsabilidade Civil nas relações entre Indústrias Fumígenas e seus consumidores

*Valdeci Ataíde Cápu**

Mestre em relações privadas e constitucionais. Pós-graduado em direito civil e processual civil. Advogado.
Professor da Faculdade Metropolitana São Carlos, Bom Jesus do Itabapoana- RJ

*Margareth Brandina Barbosa**

Pós-graduada em manipulação magistral. Pós-graduada em atenção primária a saúde. Pós-graduada em auditoria, regulação e monitoramento a saúde. Servidora efetiva da prefeitura municipal de Muniz Freire-ES como farmacêutica.

Resumo

O presente artigo tem como cerne a exploração do tema acerca de uma das maiores causas de mortes no mundo, qual seja, a proliferação da categoria de fumantes/dependentes. O tema é de ampla abrangência, tendo em vista que inúmeros são os adeptos dos produtos fumígenas, que, através de pequena explanação, tentaremos identificar os malefícios que os usuários deste vício estão acometidos, principalmente por tratar-se de tipo de vício contínuo, sem interrupções, se comparado com outras “drogas” contemporâneas. Diante disto, buscar-se-á conjecturar a responsabilidade das indústrias de cigarros acerca do tema, tentando identificar as causas de responsabilidade civil por parte das supra indústrias.

Palavras-chave: Responsabilidade Civil; Código de Defesa do Consumidor; Indústrias Fumígenas.

Abstrat

The present article is about the exploration of the theme about one of the biggest causes of death in the world, that is, the proliferation of the category of smokers / dependents. The theme is wide ranging, considering that there are innumerable fans of the smoke products, who, through a brief explanation, will try to identify the harms that users of this addiction are affected, mainly because it is a type of continuous addiction, without interruptions, if compared with other contemporary "drugs". In view of this, the responsibility of the cigarette industry on the subject will be sought, trying to identify the causes of civil liability on the part of the above industries.

Keywords: Civil responsibility; Code of Consumer Protection; Fumigant Industries.

1 Considerações iniciais

Em nossa sociedade, mais do que em outras, antes da década de oitenta, não se pode dizer que houvesse significativo clamor social a exigir qualquer das formas de intervenção do Estado na órbita privada, no sentido de se promover maior proteção ao consumidor.

Essa falta de exigência social, certamente, era decorrência de uma problemática de ordem cultural. Com efeito, não havia de um modo geral, uma conscientização acerca dos problemas emergentes das relações de consumo com especificidade, além do que a maioria da população alheava-se dos meios eficazes de se exercer a pressão social devida.

Como uma consequência dessa falta de exigência social, a legislação relativa aos direitos do consumidor era inespecífica, genérica ou esparsa.

Mas, cogita-se que, sobretudo a partir das duas últimas décadas, em decorrência das crescentes facilidades de acesso à informação, cada vez mais brasileiros têm-se conscientizado dos problemas sociais que afligem a sociedade de que participam, o que tem importado em um engajamento consideravelmente maior na luta pela cidadania e direitos dela decorrentes.

Nesse contexto, diversamente do que ocorrera em outras épocas, pode-se dizer que a evolução do tratamento legal à tutela do consumidor verificada na década de oitenta, contou com satisfatória participação da sociedade. Com efeito, por ocasião da elaboração da Constituição da República Federativa do Brasil de 05 de outubro de 1988, já se podiam contar diversos organismos, inclusive governamentais, imbuídos de promover proteção ao consumidor, a exemplo do CNDC, CONAR, CNI, ANFAVEA, ABINEE, PROCONS, etc.

Antes mesmo da promulgação da vigente Lei Magna, o então Presidente do CNDC - Conselho Nacional de Defesa do Consumidor - constituiu comissão de juristas, com o objetivo de elaborar o Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor, denominação adotada em face dos trabalhos da Assembléia Nacional Constituinte.

Uma vez esboçado, o primeiro anteprojeto foi amplamente divulgado, tendo sido remetido a pessoas e entidades da sociedade ligadas ao assunto e debatido em várias capitais do país, de sorte que muitas foram às críticas e sugestões recebidas. Desse trabalho integrado e participativo, decorreu a reformulação do anteprojeto, tendo sido publicado no Diário Oficial da União, de 04 de janeiro de 1989.

Não obstante, com a publicação, outras sugestões e críticas ao anteprojeto advieram dos diversos segmentos interessados da sociedade, as quais, tendo sido consideradas pela Comissão, ensejaram novas revisões.

Enviado o anteprojeto ao Congresso, diversos Deputados e Senadores apresentaram projetos, o que ensejou a instituição de uma Comissão Mista do Congresso Nacional, encarregada de consolidar os projetos legislativos existentes e apresentar o Projeto do Código de Defesa do Consumidor. Em decorrência dessa consolidação, amplamente discutida em debates públicos, foi formulado o substitutivo da Comissão Mista, que veio a tornar-se o Código de Defesa do Consumidor.

É oportuno salientar que a inovação legislativa em comento não surgiu senão em um contexto de outras significativas conquistas no âmbito jurídico e social que têm acompanhado os avanços políticos, com a democratização, e, conseqüentemente com o gradual aprimoramento da democracia.

Assim, merece registro o fato de que, nesse contexto de mudanças que incrementaram, sobremodo o ordenamento jurídico pátrio, especialmente na última década, quer facilitando instrumentalmente o acesso à justiça, quer trazendo novos direitos e garantias substanciais, fazendo com que surgissem verdadeiras conquistas sociais, entre as quais figuram: A lei da Ação Civil Pública (Lei nº. 7 347/85); a Constituição Federal de 1988; o Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº. 8 069/90); o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8 078/90); o nova Lei do Inquilinato (Lei nº. 8 245/91); a nova Lei Orgânica do Ministério Público da União (Lei Complementar nº. 75/93); a Lei dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais (Lei nº. 9 099/95).

Sendo assim, busca-se neste rápido estudo, um entendimento um pouco mais profundo, não com exageros é claro, nas relações de consumo, mas, tomando, por exemplo, as relações de consumo entre fornecedor de serviços e consumidor, bem como fornecedor de produtos e consumidor, com intuito de abordar pontos pertinentes a esses dois aspectos.

2 As Atividades das Indústrias de Fumo e sua Responsabilização Civil:

Noutras palavras, e transformando a assertiva numa indagação: a legitimidade da atividade exercida pelas indústrias do tabaco realmente constitui empecilho à responsabilização civil dessas poderosas empresas?

A jurisprudência, em sua maioria, vem adotando o entendimento de que sendo lícita a atividade das indústrias fumígenas, onde não há de se falar em indenização, haja vista que o dano que traduz a obrigação de reparar deve originar-se de um ato ilícito.¹

Nesse sentido, um julgado da lavra do Tribunal de Alçada de Minas Gerais (Apelação Cível nº 360.841-5), decidido em 29 de maio de 2002. A Relatora, em seu substancioso voto, decidira na ocasião que:

(...) é importante ressaltar que a atividade da apelada é lícita, sendo que as restrições à publicidade dos cigarros, têm sido observadas nos termos regulamentados pelo Ministério da Saúde.

Comungando com o voto da Relatora, o Juiz revisor após seu entendimento:

(...) a responsabilidade dos fabricantes de cigarros em razão dos malefícios advindos com o consumo do produto, não pode por si só gerar a obrigação indenizatória, eis que o dano ensejador da indenização deve ter origem em um ato ilícito, o que não é o caso sub judice, visto que a atividade de fabrico de cigarros trata-se de atividade lícita (...).

Por fim, o Juiz Vogal, também acompanhando o voto condutor, esclareceu:

¹ Tudo leva a crer que essa tese, sempre utilizada pelas indústrias fumígenas em suas defesas judiciais, procura, confundir atividade lícita com ato ilícito. Conforme se verá adiante, não é incomum – aliás, a situação mostra-se assaz normal no mercado de consumo – a configuração de ato ilícito no exercício de atividade lícita.

Na verdade adiro ao voto da ilustre Relatora na consideração de que entendo que empresa que tem autorização plena e que está dentro dos princípios da legalidade, sem ferir qualquer norma de ordem pública, jamais pode ser responsabilizada por supostos males que venham a causar a terceiros, principalmente quando se trata de mera indústria que depende, até mesmo, para distribuição de seu produto, de pessoas que diretamente se relacionam com os consumidores. (...) Neste caso, sendo lícita a atividade, nenhuma responsabilidade lhe causa enquanto permanecer este estado de coisas.²

Mesmo considerando a origem deste Acórdão, não obstante, a aplicação do Direito no caso aludido, bem assim em vários outros atinentes ao tema, com todo respeito aos seus prolores, foi feita mediante uma interpretação superficial, extremamente rasa.

E, vale dizer, essa cognição pouco aprofundada – nascida, é bem verdade, da excelente qualidade dos trabalhos produzidos pelos procuradores que representam as indústrias do tabaco – gera, infelizmente, um verdadeiro efeito dominó nos Tribunais nacionais, porquanto esses entendimentos, agora imortalizados em sentenças ou acórdãos, servirão de paradigmas a outros casos semelhantes a serem, futuramente, julgados pelo Judiciário.

3 O Consumidor de Cigarros e a Possibilidade de Abdicar-se do Vício:

Neste ponto tratar-se-á de outra imperfeição que, entende-se, existir no cigarro, que é o chamado *vício de informação*. A livre adesão do consumidor por conta do consumo de cigarros e sua autodeterminação para abdicar-se do vício e o seu suposto conhecimento quanto aos riscos provenientes do consumo de cigarros, ganhando a informação, com a publicação do Código de Defesa do Consumidor, contornos peculiares.

Foi ela erigida à categoria de princípio fundamental do microsistema das relações de consumo (art. 4º, IV)³, integrando, ainda, o rol dos direitos basilares do consumidor (art. 6º, III)⁴. Desse início já se percebe que a informação está incorporada à própria essência da Lei 8.078/90 que integra sua própria essência.

² VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito Civil: Responsabilidade Civil**. 3ª ed., São Paulo: Editora Atlas, 2003. p. 207.

³ O Código estabelece obrigações e princípios que devem ser observados pelos governos e fornecedores na defesa do consumidor. Cabe destacar alguns desses princípios, ou seja, que justifica todos os direitos conferidos ao consumidor e todos os deveres atribuídos ao fornecedor. O conceito de vulnerabilidade está associado ao fato de que o consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo. Ele não detém as informações sobre o produto ou serviço que adquire, não conhece as implicações técnicas-jurídicas de um contrato e está exposto à ação da publicidade enganosa e abusiva.

⁴ III, do art. 6º, do CDC – “a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentam.”

Outra característica inerente à informação, em situações que envolvam relações de consumo, é a sua inevitabilidade. Não cabe ao fornecedor decidir se deve ou não exibir instruções a respeito dos produtos que coloca no mercado; a faculdade não reside aqui.

Deverá o fornecedor, apresentar, obrigatoriamente, as informações sobre a utilização do produto e seus eventuais riscos. Sua ampla liberdade de agir foi, expressamente, revogada com o nascimento do Código de Defesa do Consumidor, lei essa caracterizada pelo legislador pátrio como de ordem pública e interesse social e, portanto, de forçosa observância e respeito por aqueles que se propõem a abastecer o mercado de consumo.

Percebe-se, ainda, que o texto normativo, ao se referir à informação, é abundante em adjetivos: adequada, clara, precisa, correta, ostensiva. Tais atributos têm por função indicar a preponderância de outra característica da informação: a sua socialização.

Não basta, pois, apenas informar⁵; a informação precisa ser socialmente eficaz. Isto é, a informação sobre a natureza, a utilização e os riscos de determinado produto deverá, fatalmente, atingir o público alvo ao qual ele, o produto, é destinado, de forma tal que o consumidor seja legitimamente instruído, sem engodos, sem ilusões.

Ademais, o dever de informação está, *umbilicalmente*, ligado à cláusula geral da boa-fé objetiva que permeia todo o Código de Defesa do Consumidor. Boa-fé é cooperação, lealdade e respeito; é um referencial objetivo de conduta que o homem médio adotaria em determinadas situações. Resguardar a boa-fé significa proteger os contratantes de artimanhas e subterfúgios.⁶

Com efeito, foi em razão dessa extraordinária – e imprescindível, diga-se – tutela dada à informação, que o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 12, prescreveu que o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem,

⁵ MARQUES, Cláudia Lima. ob cit. p. 187 e ss, onde salienta que o primeiro e mais conhecido dos deveres anexos (ou das obrigações contratuais acessórias) é o dever de informar (informationspflicht – veja arts. 30, 31 e 32 do CDC), onde já é visualizado na fase pré-contratual, fase de tratativas entre o fornecedor e o consumidor, quando o consumidor vem a escolher, p. ex., o modelo de um carro que pretende adquirir, uma simples geladeira, um plano de saúde, etc. Nesse sentido, temos a exemplar decisão do STJ, ordenando a informação ao consumidor sobre os preços nos supermercados, no MS 5986/DF, Min. Garcia Vieira, j. 13.10.1999.

⁶ Nesse sentido, a opinião do Desembargador Nereu José Giacomolli ao julgar situação concreta a respeito do tema ora tratado: “Com efeito, estimo que houve descumprimento de obrigação originária da empresa demandada, defraudando expectativa social, quando desenvolveu suas atividades sonogando o dever secundário de informação e, conseqüentemente, ferindo o princípio basilar da boa-fé objetiva, pois sempre soube da nocividade decorrente do consumo do cigarro e, por omissão da informação, decorreu em ilícito que enseja o dever de indenizar.” Noutro trecho, igualmente relevante, destaca o jurista: “Então, lastreado no princípio da boa-fé – critério de reciprocidade –, advém o dever secundário especial de informar ou notificar o consumidor sobre algo que lhe interesse para a conservação de seus direitos, especialmente, no caso dos autos, o direito constitucional à saúde. Sua inobservância configura o dever de indenizar. Observando-se esse entendimento, configura-se como uso do direito em direção ilegítima a sonogação da informação ao consumidor dos malefícios do cigarro, pois era dever das indústrias tabagistas informar – com a mesma ênfase que se dedicavam a incitar ao consumo – todos os malefícios que poderiam advir do cigarro, inclusive da condição de dependência a que estariam submetidos os consumidores caso aderissem ao hábito de fumar.” (Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, Apelação Cível nº 70007090798, Relator Desembargador Luís Augusto Coelho Braga, julgado em 19 de novembro de 2003.

independentemente da existência da culpa, pela reparação de danos causados aos consumidores por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos. A leitura deste texto normativo evidencia o que se denominou na doutrina de *vício de informação*.

Tal imperfeição relaciona-se à qualidade da informação veiculada pelo fornecedor, sendo essa que, por ter sido prestada de maneira ineficiente ou inadequada – ou mesmo por não ter sido prestada – acabou por acarretar um acidente de consumo. Novamente se observa o que fora referido anteriormente, ou seja, pouco importa a licitude da atividade exercida pelo fornecedor na análise do dever de responsabilização civil em situações atinentes às relações de consumo. A problemática da ilicitude reside no próprio produto, seja através de características intrínsecas a ele – como o já abordado vício de concepção –, seja, ainda, por atributos extrínsecos, referentes ao aspecto formal do mesmo produto.

Diante dessa análise da informação, e, de sua importância para o Direito das Relações de Consumo, pode-se justificar o consumo de cigarros através da singela afirmação de que o fumante “fuma porque quer”, de que teria ele “livre arbítrio”, analisando o problema à margem das situações que o envolvem; é negligenciar a questão através da admissão de uma premissa extremamente superficial, frágil e falha.

Como aceitar que o consumidor escolheu livremente consumir cigarros se ele – ou pelo menos, presumidamente, a grande maioria deles – não tem conhecimento aprofundado da natureza do produto e dos riscos que ele encerra? ⁷ Adiante poderá ser visto, inclusive alguns exemplos, citados, onde a queima do cigarro produz mais de 4.000 (quatro mil) substâncias tóxicas que, certamente, o consumidor médio jamais imaginaria existir no produto que consome diariamente.

Ademais, toda a publicidade insidiosa já veiculada pelas indústrias do fumo, com o objetivo único de estimular a venda dos cigarros, incitou dúvidas no subconsciente do consumidor, induzindo-o a subestimar os malefícios do produto.

Lembra Marcello D. Stalteri que a trezentos anos, de fato, o tabaco era acusado no Velho Continente como produto danoso à saúde, e a partir dos anos 20, em função de experiências realizadas em seus próprios laboratórios, tinham já conhecimento as empresas fabricantes de cigarros das

⁷ A negativa de informações por parte das fabricantes de tabaco sobre os malefícios que os fumígenos poderão causar à saúde daqueles que deles se utilizam, por certo, interfere no julgamento ou na escolha do consumidor, inculcando-o a adquirir e usar um produto claramente nocivo. Nessa esteira, a opinião do Desembargador Nereu José Giacomolli, ao julgar caso concreto a respeito do tema: "*Ademais, tal agir omissivo, indubitavelmente, afetou a autonomia da vontade do consumidor, interferindo no seu direito de tomar decisões válidas e de agir de acordo com esse entendimento, pois, mesmo a demandada negando este fato, o consumo do cigarro implica em dependência física e psíquica, além de diversos males à saúde, e tal informação foi subtraída do conhecimento de quem acabou por se tornar tabagista.*" (TJRS, Apelação Cível nº 70007090798, Relator Desembargador Luís Augusto Coelho Braga, julgado em 19 de novembro de 2003.)

características cancerígenas do produto, preferindo à divulgação de tais informações a sua ocultação.⁸

É importante recordar que, em tempos não muito remotos, quando as peças publicitárias veiculadas pelas fornecedoras de tabaco não sofriam as restrições hoje existentes, toda a publicidade tinha como atores homens e mulheres elegantes e viris que, literalmente, esbanjavam saúde, beleza e sensualidade; essa espécie de marketing não tinha o condão de informar, mas, sim, de enganar o consumidor, já que vinculava o hábito de fumar a prática de esportes radicais, a aventuras, ao sucesso profissional, ao lazer e, até mesmo, ao requinte.⁹

Desta feita, importante salientar um julgado provindo da 6ª Câmara Cível do Tribunal de Alçada de Minas Gerais (Ap. Cv. nº. 446.375-6), onde foi negado provimento ao Sr. Elias Brasileiro do Carmo (ex- fumante) , por conta de pedido de tratamento médico e cirúrgico a ser custeado pela empresa Souza Cruz, onde teve sua capacidade laborativa reduzida em virtude de uso constante de cigarros, fabricados pela empresa supra, sendo consumidor dos cigarros por mais de 35 anos, tendo a começado a fumar por volta dos 13 anos de idade, onde veio a sofrer enfarto aos 43 anos de idade, onde consta no despacho proferido pelo Juiz :

o fornecedor de produtos e serviços, potencialmente nocivos ou perigosos à saúde ou segurança deverá informar, de maneira ostensiva e adequada, a respeito da sua nocividade ou periculosidade, sem prejuízo da adoção de outras medidas cabíveis em cada caso concreto. Mas também é verdade, que a demandada cumprira as exigências legais, para a produção, comercialização e propaganda das suas marcas de cigarro.

⁸ STALTERI, Marcello D. **Il Problema della Responsabilità Del Produttore di Sigarette e il caso Cipollone**:L' assalto allá cittadella à realmente cominciato? Rivista di Diritto Civile. Itália. Padova:Cedam, nº 1. anno XL, gen.-feb,1994.p.189 e 217.

⁹ A Souza Cruz, treze dias antes de a publicidade de cigarro ter sido banida das TVs no Brasil (1º de janeiro de 2001), aceitou retirar do ar uma campanha do cigarro Free que o MP de Brasília considerou ilegal porque estimularia crianças e adolescentes a fumar. Um laudo do IML do Distrito Federal, no qual três psicólogos analisaram o comercial do Free, evidenciou o ilícito. Em tal publicidade um pintor diz: "Vejo as coisas assim: certo ou errado, só vou saber depois que eu fiz. Eu não vou passar pela vida sem um arranhão. Eu vou deixar minha marca." (...) "Ao decompor o anúncio quadro a quadro, os psicólogos encontraram o que consideram ser "propaganda subliminar". Na definição deles, propaganda subliminar é "qualquer estímulo realizado abaixo do limiar da consciência, que produz efeitos na atividade psíquica e mental do indivíduo"; elas são "remetidas ao nosso cérebro, em nível involuntário, inconsciente." Numa fração de tempo imperceptível para os olhos humanos, aparece uma mulher fumando. Logo em seguida, também por três décimos de segundo, aparece outra pessoa fumando. Se os eventuais efeitos da chamada propaganda subliminar são cada vez mais questionados, a dúvida de Frenandes A Souza Cruz alega que a responsabilidade sobre o comercial é das diretoras do filme, Daniela Thomas e Carolina Jabor. Daniela, porém, afirma não se lembrar dessa imagem e diz que, se ela existir, teria a função de dar ritmo às imagens. A Adesf acha que o MP pegou um peixe grande. Luiz Mônaco, diretor jurídico da entidade que processa as fábricas por fraude contra a saúde pública, diz que o comercial "é a primeira prova incontestada de que a indústria dirigia sua publicidade para adolescentes." (CARVALHO, Mario César. **Indústria é acusada e ter criança como alvo**. Folha de São Paulo. Folha Cotidiano. Domingo, 08 de setembro de 2002. p. C1).

Ainda versa o Juiz relator:

não há promessa de transformar nenhuma pessoa fumante em esportista, bem-sucedida ou requintada. Ninguém adquire o vício porque acredita que se tornará mais bonito, másculo, charmoso ou aventureiro, em face de propagandas veiculadas pelas indústrias de fumo. Por isso, incorreto afirmar que a propaganda, inexoravelmente, leva alguém ao tabagismo e que é impossível deixar o vício.¹⁰

Similar julgado, por conta do enfoque ora narrado, ocorrera por parte do Rel. Raul Celso Lins e Silva do Tribunal de Alçada do Rio de Janeiro, onde o consumidor que fumava há aproximadamente 50 anos, vindo a começar no vício ainda menor, tendo o Rel. assim proferido:

Opção e escolha do autor, que não autoriza a concessão de verba de dano moral e pensões. Perigo e risco. A nocividade à saúde, causada pelo cigarro, recebe tratamento distinto pelo art. 9º, da Lei 8078/90, através do qual se exige, de maneira ostensiva e adequada, a informação a respeito da sua periculosidade. Insistir no vício é livre arbítrio do consumidor, sabedor dos inúmeros males provocados pelo fumo e que são noticiados frequentemente pelos meios de comunicação e com os quais aceitou conviver. Manutenção da sentença. Conhecimento e improvimento do apelo.¹¹

É interessante transcrever mais um julgado para que se possa afixar a questão ora abordada, como ocorrera em um julgado da lavra do Tribunal de Alçada de Minas Gerais (Ap. Cv. nº. 432.652-9), por conta de pedido formulado pelo Sr. Silvani Rodrigues Rabelo, em face da empresa Souza Cruz, alegando o autor ter problemas de saúde em virtude de ter fumado cigarros da empresa acima citada por mais de 17 anos, tendo consumido as marcas Hollywood, Plaza, Arizona e Continental, onde começou a consumi-los a partir dos 11 anos de idade, sendo que na oportunidade, a mesma foi julgada improcedente pela juíza da 33ª Vara Cível da Capital, no que tange à indenização solicitada, e, não obstante, segundo o Relator acima citado, assim dispôs:

apesar de ser o tabagismo um evidente fator de risco, não é possível imputar ao uso do cigarro a causa direta da manifestação da doença vascular noticiada". Ainda segundo o juiz, "a opção pelo uso do produto constitui livre manifestação da vontade de cada indivíduo, que assume por sua conta, exclusivamente, o risco de sua opção". Os juízes Pereira da Silva e Evangelina Castilho Duarte acompanharam o voto do relator.¹²

Destarte, com a insuficiência cultural a nível de uma vida mais saudável, e, porque não dizer com a baixa qualidade de conhecimento em nosso País, como podemos falar em

¹⁰TJMG- Ap. Cv. nº 432.652-9. 2ª Câmara Cível do Tribunal de Alçada de Minas Gerais- j. 13/09/2004.

¹¹ TJRJ – Ap. 22.642/2001 .17ª Câmara Cível do Tribunal de Alçada do Rio de Janeiro -j. 10/10/2001.

¹² TJMG - Ap. Cv. nº 446.375-6. 6ª Câmara Cível do Tribunal de Alçada do Rio de Janeiro. j. 21/02/2005.

“livre arbítrio” se, muitas vezes, o consumidor acabou, literalmente, induzido ou seduzido a adquirir um maço de cigarros?

O “livre arbítrio” dos consumidores¹³ foi, pois, altamente influenciado por publicidades que, além de sugerir, persuadiam o consumidor ao uso do fumo. Chamamos a atenção para ambos os julgados onde os autores começaram a fumar ainda menores de idade, e, conseqüentemente, não podendo ter ainda o devido discernimento sobre como fazer um bom uso de seu livre arbítrio.

Segundo Carvalho (2001)¹⁴, no Brasil,

e no resto do mundo, onde suas subsidiárias estão sendo processadas por não terem alertado sobre os males do produto que fabrica, a *Philip Morris* continuou a repetir nos tribunais e na imprensa, até 1999, que cigarro não vicia nem causa câncer. Seria tudo questão de predisposição genética. Em 2000, ao perceber que a estratégia não surtia mais efeito, a filial brasileira da companhia adotou um argumento diametralmente oposto ao que usara: passou a dizer que todo mundo sabia, desde o século 19, dos males do fumo." Tal estratégia aparece nos arrazoados dos advogados que defendem a empresa *Philip Morris*, utilizados como resposta à ação movida contra ela pela Associação em Defesa da Saúde do Fumante (ADESF).

Não se pode negar, entretanto, existirem determinadas pessoas que realmente conhecem, com profundidade, os males causados pelo cigarro e, mesmo assim, mantém o seu consumo, a exemplo de diversos médicos tabagistas. Surgindo ação judicial promovida por tais indivíduos, caberá às indústrias fumígenas, objetivando a exclusão de sua responsabilidade, demonstrar que aquele fumante conhecia, quando optou por iniciar-se no tabagismo, os riscos aos quais iria se sujeitar.

Obtendo sucesso nessa prova, a fornecedora de cigarros comprovará que o acidente de consumo ocorreu por culpa exclusiva do consumidor e, por conseqüência, acabará isentada de indenizar; mas esses casos serão, a meu ver, extremamente raros.

De qualquer forma, deve-se sempre ter em mente a premissa elementar de que cada caso é único e, em razão disso, deverá ser analisado de acordo com suas particularidades.

4 Riscos Provenientes do Consumo de Cigarros e o Conhecimento por parte daqueles que os Consomem:

A deficiência de informações do consumidor quanto aos males acarretados pelo fumo tem íntima relação com as primeiras experiências de consumo do cigarro e, conseqüentemente, com a deflagração do vício causada por esse produto. Essa afirmação, à primeira vista, pode aparentar-se falaciosa, sem consistência real. Afinal, há décadas, os

¹³ Fala-se muito em livre-arbítrio, mas, sinceramente, o usuário de uma droga(nicotina) que causa dependência exerce liberdade ou sucumbe à sua necessidade?

¹⁴ CARVALHO, Mario César. **O Cigarro**. São Paulo Publifolha, 2002. p. 32.

mais diversos estudos vêm alertando a sociedade quanto aos perigos que o fumo pode gerar a saúde dos tabagistas e não-tabagistas.

Todavia, as pessoas, em sua maioria, não possuem conhecimento lúcido e firme da carga mortífera que o cigarro acarreta em seus organismos. Possuem, algumas delas, conhecimentos básicos e superficiais; insuficientes, porém, para conduzi-las a uma escolha consciente no sentido de iniciar-se ou não no tabagismo.

Dito isso, importante transcrever o pensamento de Arruda Alvim Neto, onde salienta:

(...) o uso que deverá ser considerado correto para o produto, para os efeitos da valoração da sua segurança, é exatamente aquele que se deduz de toda a informação que o cerca, especialmente a publicitária, destinada a influenciar o convencimento do consumidor(...). O risco razoável irá depender também das informações preventivas que devem, necessariamente acompanhar o produto 'normalmente perigoso', ou seja, aquele que por sua própria natureza ou fruição apresenta algum grau de periculosidade ou nocividade.¹⁵

Há que se pensar também que, em razão da grande maioria das enfermidades, causadas pelo vício, despontar somente após vários anos, muitos consumidores em potencial, bem como tabagistas inveterados, acabam por subestimar a periculosidade do produto. Ainda quando o vício de fumar encontra-se disseminado em determinada população, os danos à saúde pública podem não ser visíveis.

Nos países cuja população esteve em contato direto com o tabaco durante muitos anos, decorreram, ao menos, quatro décadas antes de surgir o quadro das enfermidades relacionadas ao seu consumo. Isso sugere a pessoas a acreditarem que o cigarro não interfere na saúde ou, ainda, que apenas alguns fumantes são acometidos por doenças relacionadas ao tabagismo, o que, obviamente, não corresponde à verdade.

É preciso dizer que, o Código de Defesa do Consumidor, ao "obrigar" o fornecedor a apresentar informações sobre a natureza, utilização e riscos dos produtos que porventura colocam no mercado, o impeliu a exibir informes socialmente eficazes que, verdadeiramente, atinjam e influenciem o público alvo ao qual sua produção é destinada.

Sendo assim, para se difundir informações socialmente eficazes é forçosa a análise da situação social, cultural e econômica da comunidade brasileira.

Atualmente 31 milhões de brasileiros fumam. Estatísticas demonstram que, no Brasil, há um menor consumo de cigarros nas classes de maior rendimento familiar *per capita*, o que se explica pelo fato de tais famílias serem mais conscientes, pois possuem nível cultural mais elevado. Segundo dados do Ministério da Saúde, o maior consumo de cigarros está na base da pirâmide econômica, com 25,4% dos indivíduos fumando.¹⁶

¹⁵ ALVIM NETO, José Manoel Arruda. **Código do Consumidor Comentado**. 2ª ed. São Paulo: RT, 1995.p.108.

¹⁶ Entre a população de menor renda, uma grande parcela dos rendimentos é gasta com cigarros, em detrimento de outros itens prioritários, como, por exemplo, a alimentação. Este consumo maior, somado a outras condições às quais este grupo está submetido, como desnutrição, doenças infecciosas e do trabalho, leva a um adoecimento

Diante disso, é preciso atentar para esse fator que contribui enormemente para a desinformação num País onde residem 15 milhões de analfabetos (13,3% da população brasileira), com idade igual ou superior a 15 anos. Além disso, 29,4% de nossa população é constituída pelos chamados analfabetos funcionais, que são pessoas que não completaram os quatro primeiros anos do ensino fundamental.

Esses dados sofreram alterações. Em recente investigação sobre a educação no Brasil, os técnicos do IBGE encontraram um contingente de 14 milhões de pessoas – o equivalente à população do Estado do Rio de Janeiro –, de 5 anos ou mais de idade, que jamais freqüentaram uma sala de aula. Entre os adultos com mais de 25 anos, 10,5 milhões – o equivalente à população paulistana – nunca estudaram.

Apesar de o número ter merecido destaque no estudo do IBGE, em geral a medição do analfabetismo se centra na faixa a partir de 10 anos, pois entre crianças menores estar alfabetizado é exceção. Mesmo assim o número é espantoso: 16,4 milhões de brasileiros de 10 anos ou mais não sabem ler e escrever. São 13,6%, contra 20% registrados em 1991.

Atualmente, segundo IBGE (2000), mesmo essa taxa tendo regredido, ainda é considerado bastante significativo o analfabetismo no Brasil, que é de 13,5% ¹⁷ aproximadamente. Tais estatísticas, indubitavelmente, demonstram a dimensão do problema.¹⁸

Em um País com essas características preocupantes, só há de se falar em informação socialmente eficaz, pelo menos no que se refere à parcela considerável da população, quando ela – a informação – for difundida por meio de imagens.

Neste ponto reputo louvável a iniciativa governamental, por meio da Medida Provisória nº 2.134-30, de obrigar as indústrias do tabaco a apresentarem em seus maços, imagens dos males causados pelo fumo, popularmente chamadas de “espanta-fumantes.”

Adiers nos demonstra dados referentes ao tema ora abordado, com ênfase em seu minucioso estudo, sendo:

(...) nos EUA, país dito desenvolvido, com sólida tradição legal e reconhecido respeito às liberdades e garantias individuais, dos quais fazem intransigentes defesas, bem como dos princípios do livre mercado, da livre iniciativa, a propaganda de cigarros e bebidas alcoólicas, já foi há muito banida da mídia e os fabricantes de cigarro tentam em vão negociar um fundo de amparo para as vítimas de seus produtos. ¹⁹

Assevera ainda que:

mais freqüente. Convém considerar que os ambientes confinados das pequenas moradias favorece, em muito, a inalação passiva das substâncias tóxicas por crianças, gestantes e pessoas doentes. (Banco Mundial). A epidemia do tabagismo: Os governos e os aspectos econômicos do controle do Tabaco. *The World Bank*, agosto, 1999).

¹⁷ IBGE – Senso de 2000 – Indicadores da taxa de analfabetismo, segundo estatísticas no setor de educação.

¹⁸ LEAL, Luciana Nunes; MOURA E SOUZA, Marcos de. **14 milhões nunca foram à escola**. O Estado de São Paulo. Geral – Educação, quarta-feira, 03 de dezembro de 2003, p. A12.

¹⁹ ADIERS, Leandro. **Responsabilidade Civil dos Fabricantes de Cigarros**. São Paulo:Revista Jurídica 257, p.21.

(...) inobstante o nível de escolaridade, alfabetização e acesso a informações dos norte-americanos, sua fé na liberdade de escolha e capacidade individual, além de rígida fiscalização dos órgãos oficiais a proteger o consumidor, nenhum destes itens serve para isentar os fabricantes; no Brasil, todavia, país de analfabetos e miseráveis, famosos pelo descaso estatal com seus cidadãos, a culpa é do consumidor, que sabe o que faz.²⁰

Sem dúvida, grande parte da comunidade brasileira, em razão do seu baixo nível econômico, social e cultural, somente terá acesso a essas informações através do sistema de símbolos ou imagens. Se tal medida não fosse adotada, muitos continuariam excluídos do acesso ao seu direito à informação.

Mas, tais imagens, embora informem, poderiam ser mais reais. Isto porque, muitas delas, são encenações feitas por atores que, apesar de informar, retrata de maneira inequívoca, a gravidade do problema. Tudo leva a crer que os maços deveriam conter imagens mais chocantes, com tabagistas que realmente sofreram ou sofrem doenças tabaco-relacionadas.

Entende-se que os consumidores têm o direito de saber o que estão consumindo, têm o direito de obter informações a respeito dos danos que o consumo de cigarro poderá causar à sua saúde.

Para melhor elucidar o tema, pertinente se faz a seguinte transcrição:

(...) para a proteção efetiva do consumidor não é suficiente o mero controle da enganosidade e abusividade da informação. Faz-se necessário que o fornecedor cumpra seu dever de informação positiva. Como consequência, o Estado intervém para assegurar, em face da falha de funcionamento do mercado, que os consumidores recebam informações adequadas que os habilitem a exercer, de maneira consciente e livre suas opções de consumo.²¹

Por outro lado, e não obstante a importante iniciativa adotada pelo governo, entende-se que se deve fazer mais. Como já dito, mais de 4.000 (quatro mil) compostos são produzidos pela queima do tabaco. A fumaça, segundo ensinam os estudiosos do assunto, pode ser separada em fases gasosas e partículas.

O estudo do ente governamental assim descreve quais são essas substâncias e como agem nocivamente no organismo humano:

A fumaça do cigarro possui uma fase gasosa e uma particulada. A fase gasosa é composta, entre outros, por monóxido de carbono, amônia, cetonas,

²⁰ Idem, ibidem.

²¹ PASQUALOTTO, Adalberto. **Os Efeitos Obrigacionais no Código de Defesa do Consumidor**. 1ª ed. São Paulo: RT, 1997, p. 58.

formaldeído, acetaldeído e acroleína. Algumas destas substâncias produzem irritação nos olhos, nariz, garganta, além de levar à paralisia dos movimentos dos cílios dos brônquios. A fase particulada contém nicotina e alcatrão, que concentra 43 substâncias cancerígenas. Entre elas podemos citar o arsênico, níquel, benzopireno, cádmio, chumbo, sem contar os resíduos de agrotóxicos nos produtos agrícolas, como por exemplo o DDT e substâncias radioativas.²²

Tais substâncias, quando em contato com o organismo humano, acarretam inúmeros efeitos maléficos já conhecidos:

- a) Provocam tosse, irritação na garganta e náuseas;
- b) Afetam o trato respiratório;
- c) Provocam a perda do olfato;
- d) Geram problemas gastrintestinais;
- e) Irritam a pele, os olhos e as mucosas;
- f) Provocam anorexia;
- g) Causam cegueira;
- h) Acarretam cânceres de toda espécie, notadamente de pulmão, garganta, bexiga e rins, dentre vários outros.

A grande maioria da sociedade brasileira não tem a noção exata da natureza do cigarro e, menos ainda, dos riscos a que está sujeita ao utilizar esse produto – ou a ele se expor.

Não se pode negar que muitos consumidores sabem que ele faz mal à saúde; contudo, durante todas as suas vidas, foram levados a subestimar os riscos inerentes ao consumo do cigarro, seja pela carência de informações a respeito deles; seja ainda por influência da insidiosa publicidade difundida pelas indústrias do tabaco, que os induziram, até mesmo em nível de subconsciente, a minimizar a periculosidade do produto mortal.

Assim, acredita-se que os maços de cigarros deveriam, outrossim, vir acompanhados, a exemplo das bulas de remédios, de prospectos informando o consumidor sobre a verdadeira natureza do produto tóxico, a quantidade de substâncias tóxicas existentes em cada unidade, a origem do fumo utilizado na sua confecção, advertir dos inúmeros malefícios que o produto nocivo poderá gerar a saúde daqueles que o consomem, além de outros esclarecimentos necessários e imprescindíveis a *real* conscientização do consumidor brasileiro.

A informação, pois, só será socialmente eficaz no país com a adoção das duas formas de informação: a imagem *real* e *clara* a respeito dos danos que os consumidores poderão vir a sofrer, e um prospecto informativo que acompanharia os maços de cigarros.

Uma questão que é importante não olvidar: todos os informes prestados a respeito da natureza e riscos do cigarro partiram de uma iniciativa estatal e não das fabricantes de

²² Disponível em <http://www.inca.org.br/prevencao/tabagismo/prtabagismo.html>. Acesso em 12.12.2005 às 12:01 h.

produtos fumígenos. A indústria do tabaco, simplesmente, respeita leis específicas que regulam sua atividade; ela nunca informou nada ao consumidor; ao contrário, tão-só valeu-se de expedientes publicitários ilícitos para angariar novos consumidores e manter os já existentes.²³

Aliás, tal fato não poderia ser diferente, porquanto a informação socialmente eficaz não é, para as fabricantes de fumo, economicamente viável. Tal atitude – inércia quanto ao seu dever de informar – demonstra aquilo que já fora referido alhures, isto é, que as indústrias do tabaco sempre agiram em desrespeito ao princípio basilar da boa-fé, privilegiando seus interesses econômicos em detrimento da saúde, e, até, da própria vida daqueles que consomem, direta ou indiretamente, seus produtos.

5 Legislação e Tabagismo

Primeiro veio a Lei Federal 7488 de 11.06.86, onde instituiu o dia nacional de combate ao fumo que é 29 de agosto. Posteriormente foram editadas inúmeras leis e portarias acerca do tema ora proposto, sendo:

- Portaria interministerial 3257 que previa restrições ao fumo nos locais de trabalho e criação dos fumódromos;
- CR/88 em seu art. 220 que referia-se à comunicação social;
- ECA em seu art. 81, III, que trouxe a proibição da venda de cigarros para menores, e em seu art. 243 prevê penalidades para aqueles que desrespeitarem tal lei;
- CDC que editou normas aplicadas à espécie;
- Lei 9294/96 onde foi regulamentada pelo Decreto 2018/96 que prevê restrições do uso de propaganda para produtos oriundos do fumo;
- Lei 9503/97 tendo em seu art. 165 vedado a consumação de cigarros durante a condução de veículos automotores;
- Lei 9782/99 onde foi criada a agência de vigilância sanitária tendo como objetivo o controle e fiscalização de cigarros e seus derivados;
- Resolução 320 da ANVISA, onde regulou o registro anual dos produtos fumígenos, com a apresentação obrigatória de relatórios periódicos;
- Recentemente a Lei 10.167 de 27.12.2000 que restringe a propaganda de produtos fumígenos em eventos culturais e esportivos tinham até 2003 para se adequarem à nova lei;

²³ Em recente acórdão, o Desembargador Adão Sérgio do Nascimento Cassiano, em seu voto, evidenciou a negligência das indústrias do tabaco caracterizada por sua omissão em informar o consumidor dos malefícios causados pelo fumo. Em importante passagem do aludido voto, destacou o eminente jurista: *"Não há dúvida de que a ré sempre foi criadora do perigo e do risco causados pelo uso do fumo. Sempre soube e teve consciência dos malefícios e da dependência causada pelo cigarro e sempre omitiu qualquer informação ou ação no sentido de minimizar tais malefícios e prejuízos, advindos tanto para o público consumidor quanto para o público não consumidor. Foi necessário um verdadeiro clamor público mundial para que as empresas tivessem desnudadas toda essa negligência, omissão ou hipocrisia em nome da ganância."* (Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, Apelação Cível nº 70007090798, Relator Desembargador Luís Augusto Coelho Braga, julgado em 19 de novembro de 2003.)

- Resolução 104 de 31.05.2001 onde diz que os produtos fumígenos derivados do tabaco devem trazer nas embalagens e na publicidade, advertência ao consumidor sobre os malefícios decorrentes do uso dos cigarros, onde pela primeira vez foi informado pelo fabricante que o produto é viciante;

- Por fim no dia 28.03.2001 foi publicada a Resolução nº 46, da ANVISA, estabelecendo teores máximos permitidos de alcatrão, nicotina e monóxido de carbono.

Infelizmente, constatamos que quanto maior o nº. de regulamentos normativos, menor será a proteção, pois as companhias de tabaco certamente se limitarão ao cumprimento exato e mínimo das regras impostas.

6 Os Distúrbios Causados pela Nicotina

É público e notório que o uso contínuo de cigarros acarreta grandes males e, conseqüentemente, inúmeros distúrbios àqueles que o consomem, sendo que a nicotina provoca grandes malefícios na saúde mental e física dos indivíduos que dela se utilizam.

Quanto à dependência química, em síntese, está expresso que a cessação do uso da nicotina produz uma síndrome bem definida de abstinência, a seguir descrita:

Um dos muitos indivíduos que usam a nicotina podem consumi-la para aliviar ou evitar sintomas de abstinência ao despertarem ou ao saírem de uma situação onde o uso é restrito. Os indivíduos que fumam e os que utilizam a nicotina de outra forma tendem a verificar que esgotam seu suprimento de cigarros ou outros produtos contendo nicotina mais rapidamente do que de início pretendiam. Embora mais de 80% dos fumantes expressem um desejo de deixar de fumar e 35% parem a cada ano, menos de 5% obtêm sucesso em tentativas de abandonar o hábito sem auxílio externo. O melhor exemplo do longo tempo gasto usando a substância é representado pelo hábito de fumar um cigarro atrás do outro. Uma vez que as fontes de nicotina estão prontas e legalmente disponíveis, é raro um indivíduo dispende muito tempo tentando obter a nicotina.²⁴

No que se refere ao sofrimento e às alterações de estado de espírito de humor, deixou assim registrado:

A característica essencial da Abstinência de Nicotina é uma síndrome característica de abstinência que se desenvolve após a cessação abrupta ou redução do uso de produtos contendo nicotina após um período prolongado (de pelo menos algumas semanas) de uso diário (Critérios A e B). A síndrome de abstinência inclui quatro ou mais dos seguintes sintomas: humor disfórico ou deprimido; insônia; irritabilidade, frustração ou raiva; ansiedade; dificuldade para concentrar-se; inquietação ou impaciência; frequência cardíaca diminuída e aumento de apetite ou ganho de peso. Os sintomas de abstinência causam sofrimento significativo ou prejuízo no funcionamento

²⁴ ADIERS, Leandro. ob. cit. p. 32-33.

social, ocupacional ou em outras áreas importantes de funcionamento (Critério C). Os sintomas não devem ser decorrentes de uma condição médica geral nem mais bem explicados por outro transtorno mental (Critério D).²⁵

7 Dever de Indenizar do Fabricante de Cigarros:

Vejamos o art. 12:

Art. 12: O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes do projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

O CDC abandonou o clássico conceito de culpa como fundamento da responsabilidade civil, consagrando a responsabilidade civil objetiva do fornecedor/fabricante pelo fato do produto. Assim se revela na expressão “independentemente da existência de culpa”, considerada pela doutrina como uma das maiores inovações do CDC.

Com isso, o legislador pretendeu que a vítima de um dano provocado por um produto colocado em circulação, para ser indenizada, não fosse obrigada a demonstrar que o fabricante, produtor, construtor ou importador agiu com culpa.

Entretanto, isso não significa que a vítima não tenha o ônus de provar determinados fatos. A responsabilidade objetiva não elimina o problema da prova como um todo. Aqui, o consumidor deverá demonstrar a existência de um dano à sua saúde, à integridade física ou aos bens de sua propriedade e o nexo de causalidade entre ele e o produto defeituoso. Isto é, terá de provar que o evento prejudicial é consequência da falta de segurança do produto.

O CDC é claro no sentido de que o fabricante deve assumir os riscos da sua atividade, onde por mais que informe sobre eles, não pode deixar de ser responsabilizado por um dano cuja contraprestação foi o aferimento de lucro por sua parte.

Considerações Finais

Sobre as indústrias socialmente responsáveis, tem-se mais um dado elucidativo, que nos EUA, para se ter uma idéia, as primeiras demandas contra as indústrias de cigarros surgiram em 1954. Até 1992 foram abertos 813 processos contra essas empresas, sendo que dos 23 que chegaram a julgamento, só dois deles foram favoráveis, em primeira instância, aos fumantes e, ainda assim, acabaram reformados nos tribunais superiores.

²⁵ Idem, ibidem.

Essa situação apenas sofreu uma reviravolta em junho de 1997. Atormentadas por ações, não mais de indivíduos, mas de Estados americanos que tentavam recuperar o dinheiro gasto pelo sistema de saúde para tratar fumantes, as indústrias concordaram em pagar a maior indenização da história: U\$ 246 bilhões durante 25 anos. Em troca, os 50 Estados americanos desistiriam dos processos que moviam por fraude contra a saúde pública.²⁶

Num tempo não muito remoto, falar-se em responsabilizar as indústrias do tabaco no Brasil, em razão dos danos que seus produtos causam à saúde dos fumantes e não fumantes, representaria tese impossível juridicamente.

Todavia, a sociedade transmutou-se; o Direito, que a ela serve, outrossim, inovou-se.

No entanto, para muitos, a responsabilização das indústrias do tabaco no Brasil, pelos danos advindos do consumo de seus produtos, ainda representa tese intolerável e insustentável, juridicamente falando.

Contudo, na maioria das vezes, aqueles que defendem tal posicionamento partem de uma análise de pouca consistência. E tal análise nasce quase que inconscientemente, talvez em decorrência do labor das próprias indústrias do tabaco, que conseguiram, através de publicidades insidiosas, inserir o cigarro no cotidiano dos homens, por meio da criação de uma imagem benigna e extremamente sedutora do produto.

Costuma-se, então, a pretexto da atividade de produção e comercialização de produtos fumígenos ser legalizada e o vício ser usual (comum) na sociedade, negligenciar a interpretação técnica em prol de uma míope visão de bom senso e coerência social. É o que se percebe, por exemplo, nos trechos constantes no voto da relatora da Apelação Cível nº 70000144626, do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul, em caso atinente ao tema ora discutido.

Afirmou a Desembargadora, cujo entendimento ainda é majoritário na jurisprudência, que:

(...) parto da reflexão de que o caso posto a julgamento é daqueles que até mesmo uma única pessoa, que viva de acordo com as regras básicas que norteiam o comportamento médio, teria condições de julgar e pronunciar válido veredicto." Noutra passagem, asseverou que aquele "julgamento diz mais com lógica e bom senso do que com tratados jurídicos.

Por fim, considerando o princípio da boa-fé, é necessário que o julgador, ao "julgar" conflitos fundados nas relações de consumo, é preciso que se tenha imparcialidade para que o consumidor não torne sempre a vítima.

Há que se entender, que mesmo o CDC sendo instrumento normativo de proteção do consumidor, às vezes poderá acontecer um entendimento errôneo, ou seja, o consumidor poderá usar de má-fé e tornar o fornecedor do serviço ou do produto, em vilão da história.

²⁶ CARVALHO. ob.cit. p. 59.

Portanto, o julgamento não deve ser unilateral. É preciso que se tenha a consciência de justiça para dirimir quais conflitos, buscando, evidentemente, amparo legal, procurando dar sempre o justo, àquele que busca a justiça pautada na verdade e não em simulações eivadas de vícios.

Referências

- ADIERS, Leandro. **Responsabilidade Civil dos Fabricantes de Cigarros**. São Paulo:Revista Jurídica 257.
- ALVIM NETO, José Manoel Arruda. **Código do Consumidor Comentado**. 2ª ed. São Paulo: RT, 1995.
- ALVIM, Arruda; CÉSAR, Joaquim Portes de Cerqueira; ROSAS, Roberto. **Aspectos Controvertidos do Novo Código Civil**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais Ltda, 2003.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília. DF: Senado, 1988.
- BRASIL. **Código Civil Brasileiro**. 9ª ed. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CAPANEMA, Sylvio. **Módulo ministrado no CEPAD pelo professor Capanema** de 03.11.2004 até 22.12.2004.
- CAPPELLETTI, Mauro. **Métodos Alternativos de Solução de Conflitos no Quadro do Movimento Universal de Acesso à Justiça** (Relatório de abertura do Simpósio Jurídico W. G. Hart sobre a Justiça Civil e suas alternativas, realizado em Londres, no Institute of Legal Advanced Studies, em 7-9.7.92. Traduzido do inglês por J. C. Barbosa Moreira). Revista de Processo, RT-SP, nº. 74, ano 19, abril-junho – 94.
- CARVALHO, Mario César. **Indústria é acusada e ter Criança como Alvo**. *Folha de São Paulo*. Folha Cotidiano. Domingo, 08 de setembro de 2002.
- _____. **O Cigarro**. São Paulo. Publifolha, 2002.
- COMPARATO, Fábio Konder. **A Proteção do Consumidor**. In: Revista de Direito Mercantil – São Paulo, 1974.
- GOMES, Marcelo Kokke. **Responsabilidade Civil Dano e Defesa do Consumidor**. Belo Horizonte: Del Rey, 2001.
- MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. O Novo Regime das Relações Contratuais. 4 ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002.
- _____. **A Nova Concepção de Contrato e o Código de Defesa do Consumidor**. In: Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.
- NERY JUNIOR, Nelson. In: **Revista Direito do Consumidor**, n.3.
- TEPEDINO, Gustavo. **A tutela da Personalidade no Ordenamento Civil Constitucional Brasileiro**. In: Temas de Direito Civil. Rio de Janeiro: Renovar, 2004.
- Disponível em <http://www.inca.org.br/prevencao/tabagismo/prtabagismo.html>. Acesso em 12.12.2005 às 12:01 h.