

CONSULTAS/SERVIÇOS ORACULARES E ESPIRITUAIS E A RELAÇÃO DE CONSUMO



por Tatiana Mesquita
www.sagradotarot.com.br



Conceito de Relação de Consumo, Consumidor e Fornecedor

Relação de Consumo

Relação de consumo é a relação jurídica contratual ou extracontratual, que tem numa ponta o fornecedor de produtos e serviços e na outra o consumidor; é aquela realizada entre o fornecedor e o consumidor tendo por objeto a circulação de produtos e serviços.

As normas de defesa e proteção do consumidor são de ordem pública e interesse social, calcadas nos princípios da vulnerabilidade e hipossuficiência.

Consumidor

O conceito de consumidor adotado pelo CDC é de caráter econômico e critério finalístico, vislumbrando o personagem que adquire bens ou contrata a prestação de serviços como destinatário final. Nos termos do art. 2º, do CDC:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Fornecedor

Do outro lado da relação jurídica, o conceito de fornecedor é bastante amplo e genérico, consistindo em qualquer pessoa física ou jurídica que ofereça no mercado produtos ou serviços de forma habitual:

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.



Objeto da Relação de Consumo

1 Produto

Art. 3º, § 1º: "1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Pela amplitude do conceito, pode-se observar que todo e qualquer bem jurídico disponível, corpóreo ou incorpóreo, móvel ou imóvel, pode ser definido como produto. Porém, não se pode esquecer que esse bem deve ter a característica da "consumibilidade", no sentido de que dirige-se ao consumidor, seu destinatário final.

2 Serviço

No conceito de serviço, exige a lei que seja remunerado, para a incidência das normas do CDC. Para o serviço ser considerado não-remunerado, é necessário que não haja remuneração direta ou indireta.



Responsabilidade do Fornecedor

Responsabilidade por fato do produto ou serviço

É derivada de danos do produto ou serviço, também chamados acidentes de consumo (extrínseca).

1

Responsabilidade civil objetiva

O legislador consagrou a responsabilidade civil objetiva nas relações de consumo. Tem-se como responsabilidade objetiva dever de responder por prejuízos causados a terceiros independentemente da existência de culpa.

3

Responsabilidade por vício do produto ou do serviço

Relativa ao vício do produto ou serviço (intrínseca), tem sistema assemelhado ao dos vícios redibitórios, ou seja, quando o defeito torna a coisa imprópria ou inadequada para o uso a que se destina, há o dever de indenizar.

2

Responsabilidade Civil dos Profissionais Liberais

Exceção à regra

Cuidando da responsabilidade civil pelo fato do serviço, o CDC ressalva a situação dos profissionais liberais que, nos termos do § 4º, do art. 14, somente respondem com fundamento na culpa profissional.

Dispõe o art. 14, §4º, do CDC:

§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa.

Natureza da responsabilidade

A doutrina é majoritária no sentido de que a responsabilidade civil dos profissionais liberais continua de natureza subjetiva (culposa), por força de considerar-se o CDC lei especial face ao Código Civil. (somente respondem com fundamento na culpa profissional)

Deveres do profissional liberal

Ressalte-se que a excepcionalidade trazida pelo art. 14, § 4º, do CDC, não excluiu a aplicação dos demais deveres que o prestador deve ter com o consumidor, tais como o de informação (art. 5º, XIV da CF/88 e art. 6º, III do CDC), transparência, boa-fé e vedação de publicidade enganosa (art. 37, § 1º do CDC).

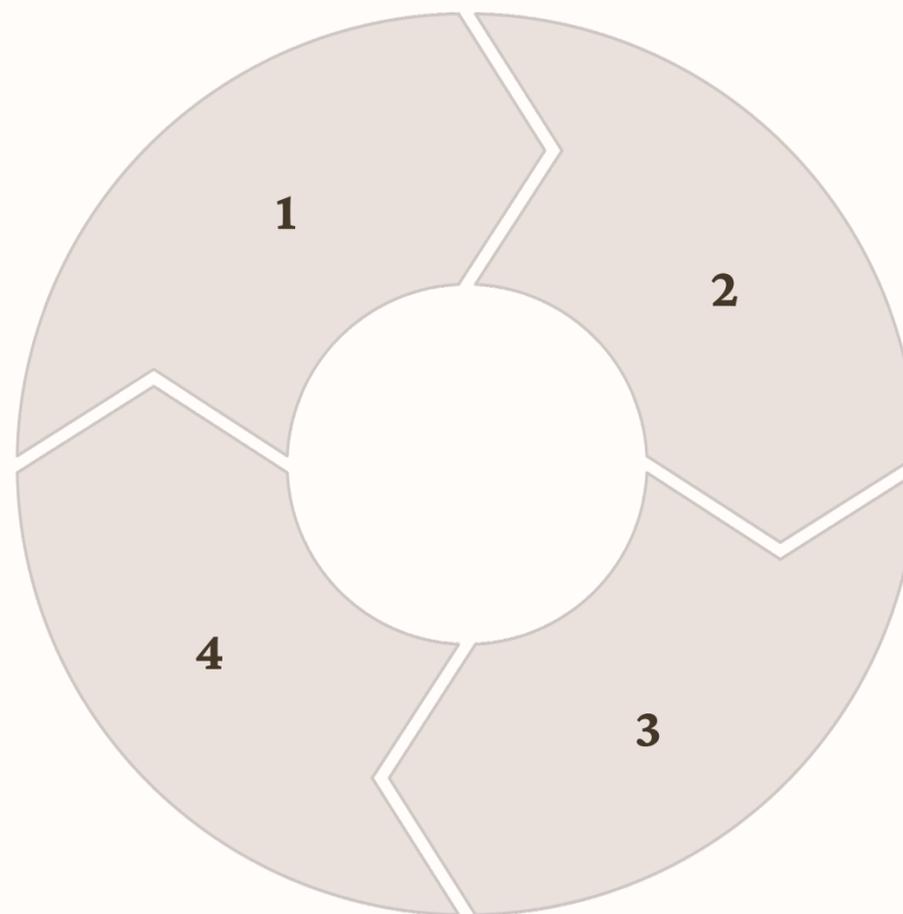
Quem é o Profissional Liberal?

Definição Tradicional

Comumente diz-se que é aquele que trabalha por conta própria, por si só, de forma livre, o que a grosso modo não está equivocado.

Autonomia

Para a configuração da atuação do prestador de serviço como profissional liberal, é preciso que prestem o serviço com autonomia, por conta própria, sem subordinação



Visão Moderna

O conceito de profissional liberal deve ser estendido àqueles que não são detentores de grau de ensino superior, como sapateiros, marceneiros, gesseiros, costureiras, dentre outros.

Características

Tais profissionais desempenham tarefa específica em sua área de atuação e sua contratação pelo consumidor é intuitu personae, ou seja, em razão das especificidades pessoais e qualidades apresentadas pelo prestador de serviço no mercado.

Neste termos, os oraculistas e prestadores de serviços espirituais se enquadram no termo profissionais liberais do código consumerista.

Quando um profissional liberal é contratado para executar um determinado serviço, isso gera direito e deveres para ambas as partes: o consumidor pagar o valor acordado e o fornecedor executar o que que foi contratado.

Consultas Oraculares e Oferta de Serviços

1

Liberdade de Consciência e Crença

O Estado Brasileiro, apesar de laico, dispõe sobre o direito de liberdade de consciência e crença na Constituição da República Federativa Brasileira de 1988 (CRFB/1988), conforme se observa pelo disposto no art. 5º, VI e VIII da CRFB/88.

2

Aplicação do CDC

A relação entre consulente e oraculista se enquadra nos termos dos arts. 2º e 3º do CDC eis que de um lado há um profissional comercializando um serviço e de outro um consumidor (consulente) que o adquire na condição de destinatário final.

3

Vulnerabilidade Informacional

Destacamos que nesta relação consumerista está a vulnerabilidade informacional, uma vez que as pessoas comuns não compreendem exatamente os termos, processos e mecanismos utilizados no campo oracular e espiritual.

4

Obrigação Meio vs. Obrigação Fim

Quando um consumidor busca os serviços oraculares e/ou espirituais, ele está buscando uma leitura ou serviço que aponte uma solução ou esclareça alguns pontos em sua vida que estão enevoados. Neste caso, temos uma obrigação MEIO. Mas se o prestador de serviço promete um resultado específico, temos uma obrigação FIM.

Consultas Oraculares e Oferta de Serviços

O Estado Brasileiro, apesar de laico, dispõe sobre o direito de liberdade de consciência e crença na Constituição da República Federativa Brasileira de 1988 (CRFB/1988), conforme se observa pelo disposto no art. 5º, VI e VIII da CRFB/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:

[...] VI - e inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida,

na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

[...] VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as

invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;



Aplicação do CDC aos Serviços Esotéricos

1

Enquadramento Legal

A relação entre consulente e oraculista se enquadra nos termos dos arts. 2º e 3º do CDC eis que de um lado há um profissional comercializando um serviço e de outro um consumidor (consulente) que o adquire na condição de destinatário final.

2

Vulnerabilidade Informacional

Destacamos que nesta relação consumerista está a vulnerabilidade informacional, uma vez que as pessoas comuns não compreendem exatamente os termos, processos e mecanismos utilizados no campo oracular e espiritual e, em função disso, estão à mercê do que é afirmado pelas instâncias promotoras da técnica ou do divino.

3

Relação Consumerista

Verifica-se, portanto, que de um lado, há a presença de um fornecedor, que atua de forma habitual vendendo serviços, e de outro, há um consumidor, vulnerável como qualquer outro.

Obrigações nos Serviços Oraculares

Obrigação MEIO

Quando um consumidor busca os serviços oraculares e/ou espirituais, ele está buscando uma leitura ou serviço que aponte uma soluço ou esclareça alguns pontos em sua vida que estão enevoados. Neste caso, temos uma obriga o MEIO, isto  , o fornecedor deste serviço se obriga a desempenhar sua fun o com a habilidade, técnica, prudência e diligência necessárias para atingir um resultado, sem, todavia, se vincular a obtê-lo.

Obriga o FIM

Mas se o prestador de serviço promete que "trará o amor do consulente em 2 dias", temos uma obriga o FIM, onde o profissional liberal assume o dever de atingir um resultado certo e determinado, podendo vir o consumidor exigir o resultado ou a quebra contratual.

Contra-argumentos e Aplicação do CDC

Contra-argumento

Um possível contra-argumento seria de que a figura do oraculista ou executor dos trabalhos espirituais oferece apenas um caminho entre o consumidor e a entidade divina, não podendo garantir que o objetivo seja efetivamente alcançado, eis que isso depende do nível de fé, sacrifício e outras características alheia a vontade de qualquer pessoa.

Aplicação do CDC

Em outras palavras, a alegação seria a de que a figura do fornecedor do serviço teria apenas obrigação de meio, mas nunca obrigação de resultado. No entanto, há de se lembrar que a obrigação de meio não afasta de modo algum a aplicação do CDC.

Promessa de Resultado

Ocorre que, muitas das vezes, a figura espiritual/esotérica oferece o serviço sob a promessa de um resultado. Os termos são "se você adquirir tal serviço, você terá sucesso em tal área". E este caso desnatura a obrigação de meio, configurando verdadeira obrigação de resultado.



Ônus da Prova nos Serviços Oraculares

Obrigação Meio

No primeiro caso (obrigação meio) cabe ao consumidor demonstrar a culpa do executor do serviço.

1

2

Obrigação de Resultado

No segundo (obrigação de resultado) presume-se a culpa do executor do serviço, invertendo-se o ônus da prova, pela simples razão de que os contratos em que o objeto é um resultado, a sua não obtenção já configura quebra contratual da relação consumerista.

Publicidade Enganosa nos Serviços Oraculares

1

Caracterização

Se ficar provado que o fornecedor do serviço nunca seria capaz de obter o resultado prometido e dolosamente veiculou propagando oferecendo tal premissa, pode-se caracterizar publicidade enganosa, nos termos do art. 37 do CDC:

2

Definição Legal

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

3

Publicidade Enganosa por Omissão

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

Credenciais e Publicidade Abusiva

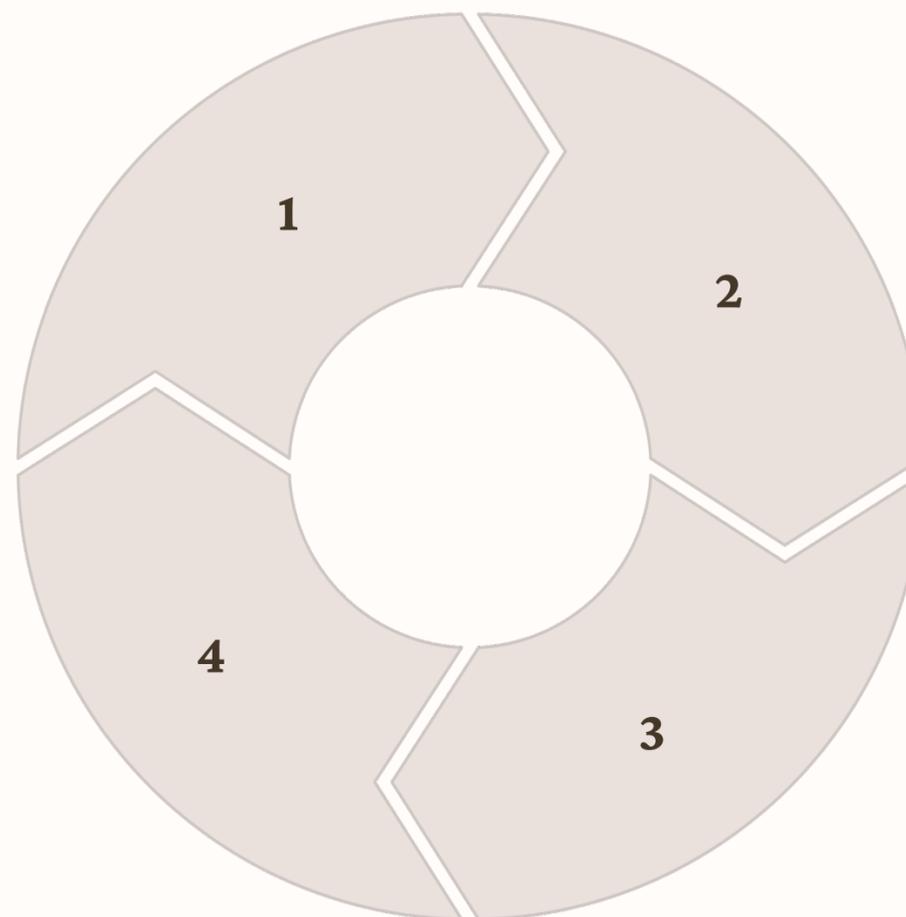
Informações Prestadas

Temos também que as informações prestadas pelo prestador de serviço acerca das suas credenciais, formações, estudos, práticas etc são regidas pelo artigo 37, §1º, uma vez que tais informações podem ter sido levadas em consideração no momento da contratação do serviço.

Pena

Art 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

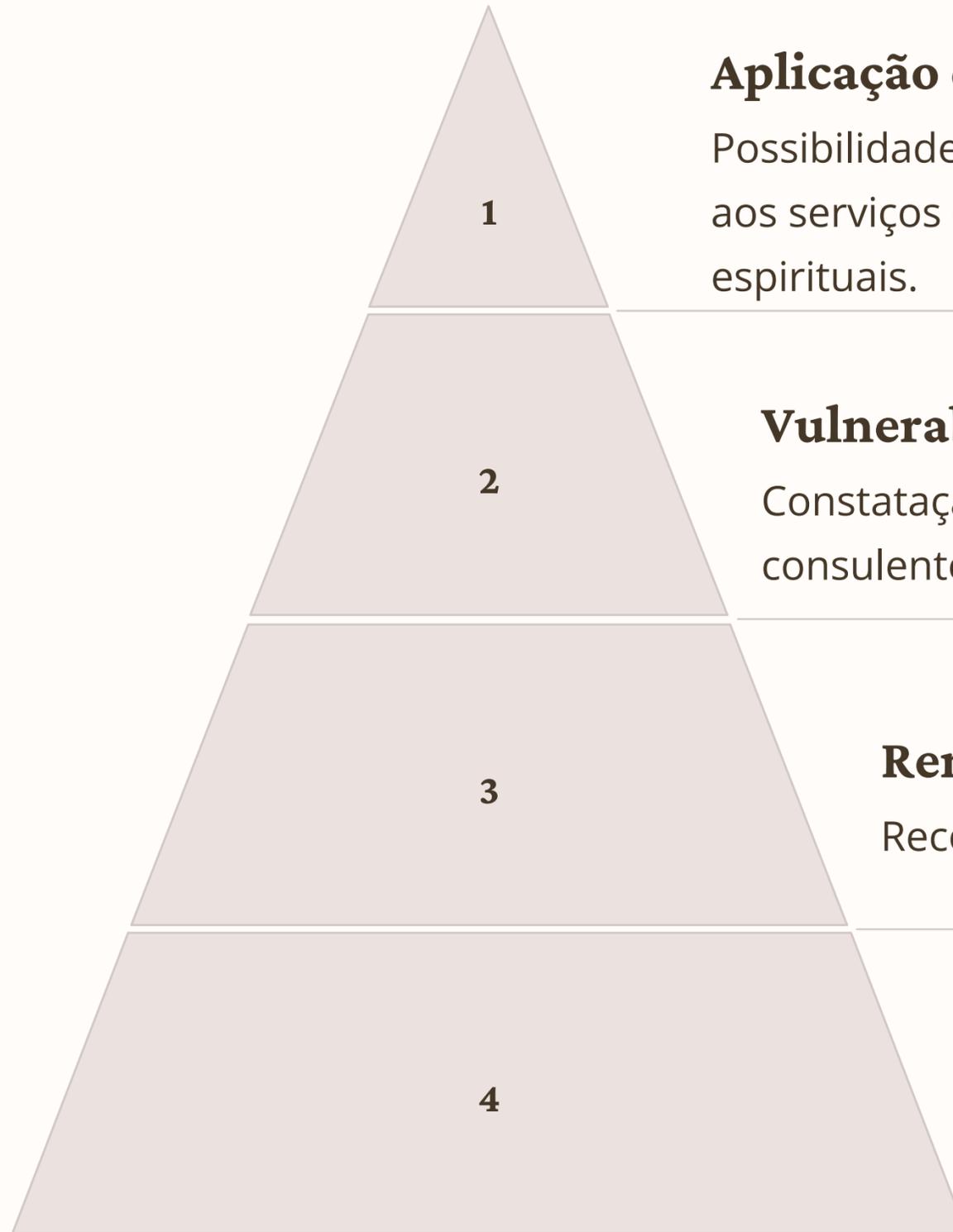


Publicidade Abusiva

Não sendo elas verídicas, vislumbra-se a publicidade abusiva.

Tipificação Criminal

Em ambos os casos o CDC caracteriza como crime tipificando-o no art. 67:



Aplicação do CDC

Possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos serviços ofertados por oraculistas e prestadores de serviços espirituais.

Vulnerabilidade do Consumidor

Constatação da condição de vulnerabilidade dos consulentes/consumidores.

Remuneração dos Serviços

Reconhecimento da remuneração de tais serviços.

Promessa de Resultado

Caso haja promessa de resultado, este deve se concretizar ou é possível pleitear as possibilidades previstas no art. 20 do CDC.



Conclusão

Temos a possibilidade de aplicação do Código de Defesa do Consumidor aos serviços ofertados por oraculistas e prestadores de serviços espirituais, face a leitura conjunta dos arts. 2º e 3º, CDC, com a constatação da condição de vulnerabilidade dos consulentes/consumidores e a remuneração de tais serviços. Caso a figura prestadora do serviço prometa determinado resultado, então o resultado há de se concretizar, ou então é possível pleitear uma das possibilidades previstas no art. 20 do CDC, inclusive devolução do valor pago e aplicação de pena prevista no art.67 do mesmo dispositivo legal.



por Tatiana Mesquita
www.sagradotarot.com.br