O mercado de consumo, como qualquer outro mercado, envolve riscos. Para que esses riscos não afetem a saúde e segurança do consumidor, o CDC tratou especialmente desse tema no Capítulo IV da Seção I (arts. 8 a 10).

Apesar de o mercado de consumo ser um mercado de risco, o fornecedor não pode agir de modo a incrementar o risco já existente que decorre da atividade. Além disso, sempre que for possível minimizar esses riscos, o fornecedor deve fazê-lo.

Nesse sentido, o dever de informação é essencial e grande aliado à proteção da saúde e segurança do consumidor, por favorecer o conhecimento do consumidor sobre os riscos, a fim de evitá-lo. Não basta informar. Deve informar de forma ostensiva e adequada, inteligível.

Sabemos que existem produtos que, por sua própria natureza, são nocivos à saúde do consumidor, como por exemplo os venenos ou produtos inflamáveis, químicos, corrosivos, etc. Nesses produtos, o dever de informação se torna ainda mais imprescindível.

> **Art. 10.** O fornecedor não poderá colocar no mercado de consumo produto ou serviço que sabe ou deveria saber apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou segurança.
>
> § 1° O fornecedor de produtos e serviços que, posteriormente à sua introdução no mercado de consumo, tiver conhecimento da periculosidade que apresentem, deverá comunicar o fato imediatamente às autoridades competentes e aos consumidores, mediante anúncios publicitários.
>
> § 2° Os anúncios publicitários a que se refere o parágrafo anterior serão veiculados na imprensa, rádio e televisão, às expensas do fornecedor do produto ou serviço.
>
> § 3° Sempre que tiverem conhecimento de periculosidade de produtos ou serviços à saúde ou segurança dos consumidores, a União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios deverão informá-los a respeito.