

ROTEIRO DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Copyright desta edição – © by Universidade do Parlamento Cearense

Coordenação Editorial: Lindomar da Silva Soares e Anna Waléria

Sampaio de Araújo

Autoria: Anna Waléria Sampaio de Araújo

Revisão: Tereza Porto

Diagramação: Roberta Oliveira

Capa: Carlos Alberto Alexandre Dantas

Ilustrações: Jeinnie Farias

Edição, impressão e acabamento: INESP

UNIVERSIDADE DO PARLAMENTO CEARENSE

Francisco Caminha	PRESIDENTE
Anna Waléria Sampaio	DIRETORA DE PESQUISA E EXTENSÃO
Lindomar da Silva Soares	DIRETORA DE GESTÃO E ENSINO

ASSESSORIA TÉCNICA

Georgina Gadelha	COORDENADORA DE PESQUISA
João Luís Melo Filgueiras	ASSESSOR DE INFORMÁTICA
Jô Abreu	COMUNICAÇÃO SOCIAL
Roberta Oliveira	DIAGRAMAÇÃO
Tereza Porto	COORDENADORA DO DEPARTAMENTO DE LÍNGUAS

ASSESSORIA ADMINISTRATIVA

Núbia Chagas de Lima	SECRETÁRIA
Carlos Alberto Felismino Gomes	ASSISTENTE DE SECRETARIA
Jeinnie Farias	ASSISTENTE DE SECRETARIA

Luiz Edson Corrêa Sales	PRESIDENTE DA ASSALCE
--------------------------------	-----------------------



Anna Waléria Sampaio de Araújo

ROTEIRO DE APLICAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR



Instituto de Estudos e Pesquisas
para o Desenvolvimento
do Estado do Ceará

Fortaleza

2008

Catalogado na fonte por: TEREZA CRISTINA BESSA RAUPP
CRB 3/839

C387r Ceará. Assembléia Legislativa. Universidade do Parlamento Cearense.

Roteiro de aplicação do Código de Defesa do Consumidor. Anna Waléria Sampaio de Araújo. -Fortaleza: INESP, 2008.

126 p.

ISBN: 978-85-87764-87-4

1. Direito do consumidor. 2. Proteção ao consumidor. I. Título. II. Araújo, Anna Waléria Sampaio de.

CDDdir- 341.37

Fale com a gente:
UNIVERSIDADE DO PARLAMENTO CEARENSE
Fone: 3257.7871/3257.4523
Av. Pontes Vieira, 2391 – Dionísio Torres
Cep: 60.130-241
Fortaleza – Ceará – Brasil
Site: www.al.ce.gov.br/unipace
E-mail: unipace@al.ce.gov.br

APRESENTAÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor, criado pela Lei Federal nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, é uma norma de ordem pública e de interesse social que estabelece as regras que regem amplamente as relações de consumo, buscando, sobretudo, a proteção da parte mais vulnerável das transações, que é o consumidor.

Previsto na Constituição Federal de 1988, o Código de Defesa do Consumidor foi elaborado dois anos depois, estabelecendo os direitos do consumidor em qualquer atividade do mercado, sempre em respeito ao princípio da ordem econômica constitucional.

Reconhecendo a necessidade que o Estado tem de promover um equilíbrio material nas relações sociais e de editar leis no sentido de defender a parte mais fragilizada da sociedade, a Assembléia Legislativa do Estado do Ceará realiza, por meio da Universidade do Parlamento Cearense, ações no sentido de formar Agentes Multiplicadores em Defesa do Consumidor, visando à criação de órgãos de defesa do consumidor nos municípios cearenses, e edita esse **Roteiro de Aplicação do CDC** que, numa linguagem didática, constitui-se numa excelente ferramenta para orientação do cidadão comum na defesa de seus direitos, diante de situações em que se sinta lesado como consumidor.

Dessa forma, o Legislativo cearense contribui para tornar acessível aos mais vulneráveis o benefício do conhecimento de seus direitos, evitando que os agentes economicamente mais fortes imponham seus interesses nas relações de consumo, inibindo assim práticas comerciais viciadas como publicidade enganosa, cláusulas abusivas, venda casada, e outras que lesam o cidadão.

Lindomar da Silva Soares

Diretora de Ensino e Extensão
da Universidade do Parlamento Cearense

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	5
UNIDADE 1	
EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	11
UNIDADE 2	
RELAÇÃO DE CONSUMO – CONCEITOS	13
2.1 Código de Defesa do Consumidor (Art. 1º)	13
2.2 Produto (Art. 3º, § 1º)	13
2.3 Serviço (Art. 3º, § 2º).....	13
2.4 Consumidor	14
2.5 Fornecedor (Art. 3º).....	15
2.6 Relação de Consumo	16
UNIDADE 3	
POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO	17
3.1 Vulnerabilidade do Consumidor.....	17
3.2 Intervenção do Estado	17
3.3 Harmonização de interesses	18
3.4 Boa-fé	18
3.5 Coibição de Abusos.....	18
3.6 Incentivo ao autocontrole.....	18
3.7 Conscientização do consumidor e do fornecedor.....	18
3.8 Melhoria dos serviços públicos.....	18
UNIDADE 4	
DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR.....	20
4.1 São direitos básicos do consumidor	20
4.1.1 Proteção da Vida, Saúde e Segurança (Art. 6º, I)	20
4.1.2 Educação ao Consumidor (Art. 6º, II)	20
4.1.3 Liberdade de Escolha – Igualdade nas Contratações (Art. 6º, II)	21

4.1.4	Direito à Informação (Art. 6º, III)	21
4.1.5	Proteção Contra Publicidade Enganosa e Abusiva (Art. 6º, IV)	22
4.1.6	Proteção Contratual (Art. 6º, V)	23
4.1.7	Direito à Indenização – Prevenção e Reparação de Danos (Art. 6º,VI)	23
4.1.8	Acesso à Justiça e à Inversão do Ônus da Prova (Facilitação de defesa) (Art. 6º, VII e VIII)	23
4.1.9	Prestação de Serviços Públicos	24

UNIDADE 5

QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS – DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DE DANOS	25
5.1 Responsabilidade por Fato do Produto ou Serviço.....	27
5.2 Responsabilidade por vício do Produto e Serviço	27
5.3 Opções de Reparação	27

UNIDADE 6

DECADÊNCIA E PRESCRIÇÃO (PRAZOS PARA RECLAMAR) ..	29
No Vício Oculto	29
Desconsideração da Personalidade Jurídica	30

UNIDADE 7

PRÁTICAS COMERCIAIS E CONTRATOS (ARTS. 29 A 54)	32
7.1 Da Oferta e Publicidade (Arts. 30 a 38)	32
7.2 Regras da Oferta	34
7.3 Tipos e Efeitos de Ofertas	34
7.4 Publicidade x Propaganda.....	35
7.5 Práticas Abusivas	35
7.6 Direito de Arrependimento (Art. 49)	37
7.7 Cláusulas Abusivas (Art. 51 CDC)	39
7.8 Cadastro de Consumidores (Arts. 43 CDC)	43
7.9 Cadastro de Fornecedores (Art. 44 CDC).....	43
7.10 Proteção Contratual (Art. 46 a 54 CDC)	44
7.11 Contrato de Adesão.....	45

UNIDADE 8	
SANÇÕES ADMINISTRATIVAS	46
8.1 Modalidades de Sanções	47
UNIDADE 9	
DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO	50
9.1 Direitos Difusos	50
9.2 Direitos Coletivos	51
9.3 Direitos Individuais Homogêneos	52
9.4 Legitimação para Agir	52
9.5 Convenção Coletiva de Consumo	53
UNIDADE 10	
COISA JULGADA (ART. 103)	56
UNIDADE 11	
SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR	58
11.1 Principais órgãos que atuam na Defesa do Consumidor ...	58
UNIDADE 12	
IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	62
12.1 Sugestão de Projeto de Lei	63
12.2 Sugestão de Projeto de Resolução	72
UNIDADE 13	
CONEXÕES RÁPIDAS PARA CITAÇÃO	75
13.1 Legislação Correlata	76
REFERÊNCIAS	80
ANEXOS	83
LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990	85
ATIVIDADES	119

UNIDADE 1

EVOLUÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

O Direito do Consumidor tem despertado crescente interesse em todos os segmentos da sociedade. Verdadeiramente, a própria realidade social tem sido palco dessa mudança onde o consumerismo vem crescendo hodiernamente.

O Direito do Consumidor é relativamente recente na Doutrina e na Legislação. Tem seu surgimento como ramo do Direito, principalmente, na metade do século passado. Porém, indiretamente encontramos contornos deste segmento do Direito presente, de forma esparsa, em normas das mais diversas, em diversas jurisprudências e, acima de tudo, nos costumes dos mais variados países. Porém, não era concebido como uma categoria jurídica distinta e, também, não recebia a denominação que hoje apresenta.

No Brasil, o Direito do Consumidor surgiu entre as décadas de 50 a 60, quando foram sancionadas diversas leis e decretos federais legislando sobre saúde, proteção econômica e comunicações. Dentre todas, pode-se citar: a denominada Lei de Economia Popular, de 1951; a Lei Delegada n. 4/62; a Constituição de 1967 com a emenda n. 1/69, que consagrou a defesa do consumidor; e a Constituição Federal de 1988, que apresenta a defesa do consumidor como princípio da ordem econômica (art. 170) e no artigo 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), que expressamente determinou a criação do Código de Defesa do Consumidor.

Vale destacar que, para o desenvolvimento do Direito do Consumidor, o período da Revolução Industrial teve grande importância.

Antes da era industrial, o produtor-fabricante era simplesmente uma ou algumas pessoas que se juntavam para confeccionar peças e depois trocar os objetos. Com o crescimento da população e o movimento do campo para as cidades, formam-se grupos maiores, a produção aumentou e a responsabilidade se concentrou no fabricante, que passou a responder por todo o grupo.

Com isso, os avanços industriais e tecnológicos marcaram a sociedade contemporânea, face à expansão e integração dos diversos mercados de consumo, notadamente, em decorrência da política capitalista, caracterizada por apelo à aquisição de produtos e serviços.

Era patente a necessidade de intervenção estatal, de tal forma que fossem resguardados os interesses da sociedade, mediante a proteção e a defesa dos interesses dos consumidores, tanto na esfera legislativa, ao serem elaboradas leis posteriormente implementadas pelo Poder Executivo, bem como na esfera judicial, ao serem promovidas decisões acerca de litígios oriundos das relações de consumo.

Tendo por objetivo regular as relações de consumo, mediante normas de proteção e defesa do consumidor, a Lei 8.078/90, mais conhecida como Código de Defesa do Consumidor, assumiu importante papel nos negócios que envolvem a oferta de produtos e serviços, estabelecendo direitos e deveres a consumidores e fornecedores.

O mandamento consumerista difere das anteriores legislações contratuais, Civil e Comercial, onde prevalecia, soberanamente, a autonomia da vontade, desde que atendidos determinados pressupostos legais, ficando estas com aplicação subsidiária à nova legislação, destinada especificamente à proteção e defesa do consumidor, considerando-se que este proceda à litigância com base no princípio da boa-fé, posto que, agindo de maneira contrária, acabaria por comprometer a segurança dos negócios firmados.

Por ser um conjunto de normas imperativas, de interesse social, a Lei n. 8.078/90 não pode ser contrariada nem mesmo por acordo firmado entre as partes, sendo, portanto, suas previsões inderrogáveis pela via negocial e de aplicação irrenunciável, através do que se pretende manter o equilíbrio das relações de consumo.

Entretanto, não obstante o destaque do Código de Defesa do Consumidor merece realce o movimento, em si, de defesa do consumidor, atingindo os diversos segmentos sociais, que contaram com a orientação dos diversos órgãos de proteção e defesa do consumidor integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), que disponibilizam espaços próprios e equipes de pessoas capacitadas para prover o atendimento aos consumidores que buscam sanar dúvidas ou problemas, cooperando, assim, com a execução da Política Nacional das Relações de Consumo.

Depreende-se, mediante dados supramencionados, que o diploma em destaque surgiu diante da premência de proteção ao pólo mais fraco da relação de consumo, qual seja, o consumidor.

UNIDADE 2

RELAÇÃO DE CONSUMO – CONCEITOS

2.1 Código de Defesa do Consumidor (Art. 1º)

- É uma lei que estabelece direitos e obrigações aos consumidores e fornecedores, para evitar que os consumidores sofram qualquer tipo de prejuízo. O legislador procurou proteger os mais fracos na relação de consumo, o leigo contra o melhor informado.
- É uma norma **de ordem pública e interesse social**: suas normas se impõem contra a vontade dos partícipes da relação de consumo, dentro de seus comandos imperativos e nos limites por ela delineados, podendo o magistrado, no caso levado a juízo, aplicar-lhe as regras *ex officio*, isto é, independente do requerimento ou protesto das partes.

2.2 Produto (Art. 3º, § 1º)



- Os produtos são bens que se transferem do patrimônio do fornecedor para o do consumidor, ou seja, é qualquer bem móvel (um veículo, uma geladeira) ou imóvel (uma casa, terreno) material (aparelho de televisão) ou imaterial (um programa de computador).

2.3 Serviço (Art. 3º, § 2º)



- É qualquer trabalho prestado, em que haja remuneração (construção, reforma, pintura, consertos). São atividades humanas executadas pelos fornecedores, de interesse dos consumidores que delas necessitam.
- O Código estabelece que também são serviços as atividades de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária.

2.4 Consumidor

Encontramos no Código de Defesa do Consumidor quatro definições para o consumidor:



- A. consumidor é a pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço, como destinatário final (art. 2º)
- B. consumidor é coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (art. 2º, parágrafo único);
- C. consumidor é toda vítima do evento danoso, na responsabilidade por acidente de consumo (art. 17);
- D. consumidores são todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas previstas no Capítulo V do Título I (Das Práticas Comerciais) (art. 29).

O legislador definiu, no art. 2º, o conceito jurídico de consumidor padrão estabelecendo como sendo consumidor qualquer pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Mas o que se pode entender por destinatário final?

O consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo. No inciso I, do art. 4º do CDC, o consumidor é definido como o destinatário final do produto ou serviço, isto é, aquele que consumirá o produto ou serviço em sua plenitude, com um objetivo não profissional e sem utilizar o produto ou serviço com a finalidade de obter lucro.

Percebe-se, pela denominação do art. 2º acima citado, que o consumidor é aquele que adquire, ou seja, aquele que adquire ou mesmo compra, ou aquele que utiliza para uso próprio ou de sua família como destinatário final, conforme interpretação finalista, pioneira do consumerismo, observado por Claudia Lima Marques¹, como também interpretação majoritária nas jurisprudências.

¹ MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006. p. 84-85.

Ser destinatário final é exatamente aquele consumidor final, que retira o bem do mercado ao adquirir ou simplesmente utilizá-lo, ou seja, aquele que coloca um fim na cadeia de produção e não aquele que utiliza o bem para continuar a produzir.

Assim, não se trata apenas de adquirir, mas também de utilizar o produto ou o serviço, ainda quando quem o utiliza não o tenha adquirido. A norma consumerista define como consumidor tanto quem efetivamente adquire (obtém) o produto ou o serviço, como àquele que, não o tendo adquirido, utiliza-o ou o consome².

Concluindo, para nós, ajusta-se à idéia ou conceito de consumidor aqueles que adquirem ou utilizem bens ou serviços sem visar lucros, como é o sentido literal da lei (destinatário final).

Quanto às demais definições de consumidor contidas CDC, o legislador tratou no parágrafo único do art. 2º de equiparar os consumidores a todos aqueles que, apesar de não terem adquirido ou utilizado o produto ou serviço àqueles que de alguma forma foram afetados à relação de consumo, como, vítimas de um acidente de trânsito causado em virtude de um defeito de fabricação de um veículo automotor.

Equipara-se, ainda, a consumidor a coletividade de pessoas, mesmo que indetemináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. (c/ c art. 17 e 29) *Responsabilidade civil objetiva, pelo fato do produto ou do serviço causador do acidente de consumo.*

Vale ressaltar, que as crianças e adolescentes também são consumidores, apenas sendo necessário ser representadas por seus responsáveis legais, quando ao atendimento de suas demandas e pleitos.

2.5 Fornecedor (Art. 3º)

O Código de Consumidor estabelece no seu art. 3º o conceito de fornecedor, afirmando:



² NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. reform. São Paulo: Saraiva, 2007.

Fornecedor 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.

Assim, para identificarmos a pessoa como sendo fornecedora de serviços, é indispensável que a mesma detenha a prática habitual de uma profissão ou comércio (atividade), como também forneça o serviço mediante remuneração.

Diante do significado de fornecedor perante o CDC, conclui-se que Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica que oferta produtos ou serviços mediante remuneração com atividade, cabendo salientar que é dispensável que o fornecedor seja uma pessoa jurídica (empresa, indústria, etc), pois o art. 3º autoriza inclusive a pessoas despersonalizadas.

2.6 Relação de Consumo

É aquela na qual o consumidor adquire produtos ou serviços de um fornecedor para uso final. Caracteriza-se pela troca de dinheiro (ou outro bem dado em garantia), por produto ou serviço entre o fornecedor e o consumidor.



UNIDADE 3

POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO

A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transferência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes **princípios**:

3.1 Vulnerabilidade do Consumidor

Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa que o consumidor é a parte fraca na relação jurídica de consumo, decorrente de dois aspectos: um de ordem técnica (meios de produção) e outro de cunho econômico (capacidade econômica).

- Meios de Produção – conhecimento do fornecedor, elemento fundamental de decisão: é o fornecedor quem escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido.
- Capacidade Econômica – diz respeito à maior capacidade econômica que, via de regra, o fornecedor tem em relação ao consumidor.
- A Vulnerabilidade é constatação e afirmação legal: basta ser consumidor para ser vulnerável.

3.2 Intervenção do Estado

Em consonância ao princípio da vulnerabilidade do consumidor, em vista do reconhecimento da situação de hipossuficiência, de fragilidade e desigualdade de uma parte em relação a outra, bem como de um Estado social e da realidade da sociedade de massa, o Estado passa a intervir nas relações obrigacionais para proteger a parte mais fraca, por meios legislativos e administrativos, de sorte a garantir o respeito aos

seus interesses. No Brasil, esse princípio vem sendo rompido, quer em nível legislativo – com a edição da Constituição Federal, em que foi assegurada a defesa do consumidor pelo Poder Público (art. 5º, XXXII) e com a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, quer com a criação e manutenção dos órgãos administrativos oficiais de defesa do consumidor.

3.3 Harmonização de interesses

O objetivo da Política Nacional de Relações de Consumo deve ser a harmonização dos interesses envolvidos e não o confronto ou o acirramento de ânimos. Interessa às partes, ou seja, aos consumidores e fornecedores, o implemento das relações de consumo, com o atendimento das necessidades dos primeiros e o cumprimento do objeto principal que justifica a existência do fornecedor: fornecer bens e serviços. Colima-se, assim, o equilíbrio entre as partes sempre com base na boa-fé.

3.4 Boa-fé

É dever das partes agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo. É um princípio bilateral, ou seja, tanto o fornecedor como o consumidor devem respeitá-lo.

3.5 Coibição de Abusos

Deve-se garantir não só a repressão aos atos abusivos, como a punição de seus autores e o respectivo ressarcimento, mas também a atuação preventiva tendente a evitar a ocorrência de novas práticas abusivas.

3.6 Incentivo ao autocontrole

Modernização das Relações de Consumo. Pode-se fazer de três maneiras.

- A. Eficiente controle de qualidade e segurança de produtos defeituosos no mercado;

- B. Prática de *Recall*, ou seja, convocação dos consumidores de bens produzidos em série e que contenham defeitos de fabricação que possam atentar contra a vida e a segurança dos usuários.
- C. Criação de centros ou serviços de atendimento ao consumidor, pelas empresas, resolvendo o fornecedor diretamente a reclamação ou queixa apresentada contra seu produto ou serviço.

3.7 Conscientização do consumidor e do fornecedor

Se o que se busca é o equilíbrio nas relações de consumo, é natural que a maior conscientização das partes no que toca aos seus direitos e deveres conduzirá fatalmente a esse objetivo. Quanto maior o grau de conscientização das partes, menor será o índice de conflito nas relações de consumo. Por conscientização entende-se a educação, formal e informal, para o consumo, bem como a informação do consumidor e fornecedor.

3.8 Melhoria dos serviços públicos

O Setor Público deve ter também o compromisso de prestar serviços públicos igualmente seguros e eficientes, que não atentem contra a vida, a saúde e a segurança do consumidor.



UNIDADE 4

DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Todo estabelecimento comercial que oferece produto ou serviço deve respeitar o CDC – Código de Defesa do Consumidor. Conheça a seguir seus direitos básicos previsto na **Lei 8078/90 – Artigo 6º**

4.1 São direitos básicos do consumidor

4.1.1 Proteção da Vida, Saúde e Segurança (Art. 6º, I)

O Código elenca normas que exigem a devida informação sobre os riscos que os produtos e serviços possam apresentar, de maneira clara e evidente.

Dever dos fornecedores **retirarem** do mercado produtos e serviços que venham a apresentar riscos à incolumidade dos consumidores ou terceiros, alheios à relação de consumo, e **comunicar** as autoridades competentes a respeito desses riscos (*Recall*)

- § 3º do Art. 8º e Art.10
- Art. 12 a 14 (responsabilidade advinda da simples colocação no mercado de produto ou prestação de serviços perigosos)
- Art. 61 e seguintes (crimes contra as relações de consumo)

4.1.2 Educação ao Consumidor (Art. 6º, II)

Para garantir a oportunidade de exercer livremente o direito de escolha e a igualdade nas contratações, o consumidor deve ter o máximo de informações passadas pelos fornecedores da correta forma de utilização e manuseio de produtos e serviços.

- **Educação Formal:** Educação incluída nos currículos escolares.
- **Educação Informal:** Responsabilidade desde logo dos próprios fornecedores, procurando bem infor-

mar o consumidor sobre as características dos produtos e serviços já colocados no mercado, ou seja, a educação que deriva do meio de comunicação social.

Missão precípua dos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, promovendo simpósios, pesquisas de mercado, edição de livretos e cartilhas, enfim, tudo que esteja à sua disposição para bem informar o público consumidor.

A educação para o consumo promove o conhecimento necessário à formação de consumidores conscientes, com capacidade de escolha e aptos a defender seus direitos: prepara para o consumo consciente de produtos e serviços, o que resultará em melhor qualidade de vida para todos.

4.1.3 Liberdade de Escolha – Igualdade nas Contratações (Art. 6º, II)

- A liberdade de escolha e a igualdade nas contratações só acontecem, de fato, quando possuímos o conhecimento necessário, os dados essenciais a respeito das opções que estão sendo ofertadas.
- O Código de Defesa do Consumidor protege o seu direito de escolha e sua autonomia racional, através do reconhecimento de um direito mais forte de informação (arts. 30, 31, 34, 46, 48 e 54 do CDC) e um direito de reflexão (art. 49 do CDC).
- Venda Casada impede liberdade de escolha – Ex: Empréstimo;

4.1.4 Direito à Informação (Art. 6º, III)

- Tem reflexos do princípio da transparência que têm o dever de informar.

- Há estreita relação com o direito à segurança, pois se o consumidor tem o direito de consumir produtos e serviços eficientes e seguros, é intuitivo que deve ser ele informado adequadamente acerca do consumo dos produtos e serviços, notadamente no que se refere à especificação correta de quantidade, característica, composição, qualidade e preço, bem como os riscos que apresentam.
- Informação durante toda a relação de consumo, na formação, na execução do contrato e na cobrança de dívidas. O direito à informação assegurado pelo CDC, corresponde ao dever de informar nos arts.12, 14, 18 e 20, nos arts. 30 e 31, nos arts.46 e 54 ao fornecedor.
- A informação repassada integra o conteúdo do contrato (arts. 30,33,35,46 e 54).

A cláusula ou prática que considere o silêncio do consumidor como aceitação, mesmo com falha da informação, não pode prevalecer (art.24,25), acarretando a nulidade da cláusula no CDC (art. 51, I).

4.1.5 Proteção Contra Publicidade Enganosa e Abusiva (Art. 6º, IV)

Tal proteção é conferida ao consumidor a partir do art. 30 do CDC, quando trata da **oferta** como um dos aspectos mais relevantes do mercado de consumo, atribuindo-lhe o caráter **vinculativo**, ou seja, tudo que diga a respeito a um determinado produto ou serviço deverá corresponder exatamente à expectativa despertada no público consumidor.

A publicidade é uma técnica de comunicação que faz parte da vida cotidiana. Serve para dar a conhecer produtos e serviços, induzir ao consumo, influenciando decisões no momento de consumir.

4.1.6 Proteção Contratual (Art. 6º, V)

Inovando e fugindo à simetria com a ONU, o legislador inscreveu no rol do art. 6º,V, o direito à proteção contratual, estabelecendo a possibilidade de modificar as cláusulas contratuais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; (Arts. 46 a 50)



O CDC garante o equilíbrio dos direitos e obrigações na assinatura de qualquer tipo de contrato de consumo.

4.1.7 Direito à Indenização – Prevenção e Reparação de Danos (Art. 6º,VI)

- PREVENÇÃO – Quando se fala em prevenção de danos, fala-se certamente, sobre as atitudes que as próprias empresas fornecedoras devem ter para que não venham a ocorrer danos ao consumidor ou a terceiros. (Ex. *Recall* – Art. 10,§3º).
- REPARAÇÃO – Quando os direitos dos consumidores não forem respeitados, pode ser responsabilizado o fornecedor pelos danos causados.
Responsabilidade: (arts. 12, 13, 14,17, 18,19,20).

O consumidor, quando prejudicado, tem o direito de ser indenizado por quem lhe vendeu o produto ou lhe prestou o serviço, inclusive por danos morais se for o caso.

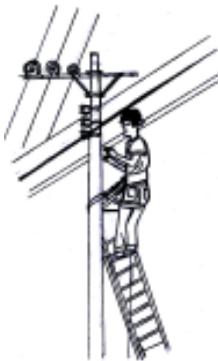
4.1.8 Acesso à Justiça e à Inversão do Ônus da Prova (Facilitação de defesa) (Art. 6º, VII e VIII)

- O Código garante acesso ao consumidor quando se sentir lesado em seus direitos, pleitear na esfera administrativa ou mesmo na esfera judicial, assegurando a proteção jurídica, administrativa e técnica aos menos favorecidos.

- Na Justiça a obrigação de provar é sempre da pessoa que reclama, ou seja, daquele que processa alguém. Ele deverá sempre apresentar, no processo, provas de que foi prejudicado. Tais provas podem ser documentos, testemunhas, etc.
- Pelo CDC, essa obrigação poderá, **a critério do Juiz**, ser invertida; quer dizer, a obrigação de provar será do fabricante do produto ou do prestador de serviço e não daquele que reclama. (verossímil/ probabilidade de ser verdadeiro ou hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiência).
- O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina. (art. 38).

4.1.9 Prestação de Serviços Públicos

Serviços Públicos são os serviços fornecidos pelo Estado para atender às necessidades da população de modo geral: transporte, água, esgoto, telefone, luz, etc. Geralmente são prestados pelas empresas públicas, podendo, também, ser fornecidos por empresas privadas, mediante concessão ou permissão do poder público.



- Os serviços prestados pelo poder público mediante remuneração direta devem cumprir com todas as normas do Código de Defesa do Consumidor. Quando os órgãos públicos se descumrem da obrigação, serão compelidos a cumpri-los e reparar os danos causados. Incide a responsabilidade objetiva das empresas concessionárias quanto aos danos ocasionados na prestação dos serviços, cabendo ao consumidor, desse modo, unicamente:
 - a) a prova da efetiva ocorrência do dano;
 - b) o nexo da causalidade entre a ação ou omissão da empresa e a ocorrência do dano;
 - c) o montante do prejuízo.

UNIDADE 5

QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS – DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DE DANOS

O CDC prevê duas espécies de responsabilidade: a primeira, pelo fato do produto ou serviço, com regramento previsto nos arts. 12 a 17, e a segunda, pelo vício do produto ou serviço, com previsão legal nos arts. 18 a 25. Procuraremos, a partir de agora, estabelecer as principais diferenças entre tais modalidades de responsabilidade. Senão vejamos:

a) Nos dizeres do professor Rizzato Nunes³

o vício é uma característica inerente , intrínseca do produto ou serviço em si. O defeito é um vício acrescido de um problema extra , alguma coisa extrínseca, que causa um dano maior que simplesmente o mau funcionamento , o não funcionamento , a quantidade errada , a perda do valor pago.

Assim, quando a anomalia resulta apenas em deficiência no funcionamento do produto ou serviço , mas não coloca em risco a saúde ou segurança do consumidor, não se fala em defeito, mas em vício. Portanto, fato do produto ou serviço estar ligado a defeito, que, por sua vez, está ligado a dano.

- b) Na responsabilidade pelos fatos do produto e do serviço o defeito ultrapassa o limite valorativo do produto ou serviço, causando danos à saúde ou segurança do consumidor. Já na responsabilidade pelos vícios do produto ou serviço o vício não ultrapassa tal limite, versando sobre a quantidade ou qualidade do mesmo.
- c) Na responsabilidade pelos fatos do produto ou serviço o CDC adotou a responsabilidade objetiva, cabendo ao consumidor mostrar a verossimilhança do dano, o prejuízo e o nexo de causalidade entre eles. Ao forne-

³ NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed. reform. São Paulo: Saraiva, 2007.

cedor cabe desconstituir o risco e o nexo causal. Já na responsabilidade pelos vícios do produto ou serviço, o CDC adotou a responsabilidade subjetiva com presunção de culpa, porém o consumidor poderá ser beneficiado com a inversão do ônus da prova (art. 6º, VIII), caso em que o fornecedor terá o mesmo ônus previsto na responsabilidade objetiva, ou seja, desconstituir o nexo causal entre o risco e o prejuízo.

- d) Na responsabilidade pelos fatos do produto ou serviços o comerciante responde subsidiariamente, pois os obrigados principais são o fabricante, o produtor, o construtor e o importador. Assim, só será responsabilizado quando aqueles não puderem ser identificados, quando o produto fornecido não for devidamente identificado, ou ainda, quando não conservar os produtos perecíveis adequadamente (art. 13, CDC). Na responsabilidade pelos vícios do produto ou serviço, por sua vez, o comerciante responde solidariamente, juntamente com todos os envolvidos na cadeia produtiva e distributiva (art. 18, CDC).

Podemos citar como exemplo, o caso concreto de dois amigos, “A” e “B”, que vão em uma loja de carros importados e compram um veículo BMW. Ao saírem da loja pilotando suas “máquinas” deparam-se com o fato do sistema de freio de seus veículos não funcionarem em um cruzamento, de maneira que “A” acaba batendo seu carro em um poste fraturando a perna esquerda, e “B” por sorte consegue parar seu carro e sair ileso. Teremos aqui as duas modalidades de responsabilidades previstas no CDC, de sorte que a responsabilidade da loja, como comerciante, será solidária em relação a “B”, pois se trata de um vício do produto, e subsidiária em relação a “A”, por se tratar de um fato do produto, afinal houve danos à saúde do consumidor. Daí a importância de sabermos diferenciar tais modalidades de responsabilidade, para uma melhor atuação não só na prática forense, mas na prática da vida.

Conclui-se, portanto, que na responsabilidade pelo fato do produto ou serviço ocorrerá sempre um dano ao consumidor, seja material ou

moral. É o que se chama de acidente do consumo; já na responsabilidade por vício, o produto ou serviço terá sempre um problema de quantidade ou qualidade.

5.1 Responsabilidade por Fato do Produto ou Serviço

Sempre que um produto ou um serviço causar um acidente de consumo o responsável será (responsabilidade por fato do produto):

- O fabricante ou produtor;
- O construtor;
- O prestador de serviços;

Não sendo possível a identificação do fabricante, produtor, construtor ou importador, o responsável passa a ser o comerciante.

5.2 Responsabilidade por vício do Produto e Serviço

Se o produto apresentar um vício de qualidade, poderá reclamar com qualquer um desses fornecedores (solidária):

- Comerciante;
- Fabricante ou produtor;
- Construtor;
- Importador.

5.3 Opções de Reparação



- Quando houver defeito (de qualidade) de fabricação do produto (vício do produto), o fornecedor tem trinta (30) dias para corrigir o defeito. Após esse prazo quem escolhe é o consumidor, que poderá exigir:
 - A troca do produto;
 - O abatimento no preço;
 - O dinheiro de volta, corrigido monetariamente.



- Havendo defeito (qualidade) na prestação do serviço, o consumidor poderá exigir:
 - Que o serviço seja feito novamente, sem qualquer custo;
 - O abatimento no preço;
 - A devolução do valor pago em dinheiro, com correção.
 - Se o problema é a quantidade do produto, o consumidor poderá exigir:
 - A troca do produto;
 - O abatimento do preço; ou
 - Que a quantidade seja completada de acordo com a indicada no rótulo ou solicitada pelo consumidor; ou
 - O dinheiro de volta, corrigido monetariamente.
- Se o fornecedor recusar-se a cumprir com o que foi colocado na oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá exigir:
 - Que ele cumpra exatamente o que prometeu; ou
 - Outro produto ou prestação de serviços equivalente; ou
 - A rescisão do contrato, com direito à restituição da quantia paga.

UNIDADE 6

DECADÊNCIA E PRESCRIÇÃO (PRAZOS PARA RECLAMAR)

O prazo para reclamar sobre produtos e serviços quanto ao ício de qualidade ou quantidade (vício aparente ou de fácil constatação do produto ou serviço).

- 30 dias para produto ou serviço não durável, como por exemplo, alimentos, serviços de lavagem de roupas numa lavanderia, etc. (art. 26CDC).
- 90 dias para produto ou serviço durável, como por exemplo, eletrodomésticos, pintura de carro, etc. (art. 26,CDC).
- Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

O prazo para reclamar sobre produtos e serviços, quando apresentar defeito e este causar algum dano ao consumidor (fato do produto ou serviço).

- Prescreve em cinco anos a pretensão para solicitar indenização por danos decorrentes de acidentes causados por produtos ou serviços perigosos ou nocivos à saúde do consumidor.(por fato do produto ou serviço – art. 26 CDC)
- Estes prazos são contados a partir do recebimento do produto ou término do serviço.

No Vício Oculto

- O vício oculto só pode ser percebido após algum tempo de utilização do produto, como no caso de uma máquina de lavar roupa que, depois de quatro meses de uso, simplesmente deixa de funcionar.
- Quando o defeito não for evidente, dificultando sua identificação imediata, os prazos começam a ser contados a partir de seu aparecimento. (art.26, § 3º CDC).

Alguns doutrinadores tem se posicionado quanto a contagem para o prazo do vício oculto, utilizando o critério da vida útil do produto, uma vez que o Código não fixou um prazo máximo para aparecimento do vício oculto. Evidentemente, que os fornecedores não estariam obrigados a ressarcir o consumidor acerca de vícios decorrentes de envelhecimento natural das peças.

OBSTAM A DECADÊNCIA (causas que impedem o prazo decadencial): Nos termos do § 2º do art. 26 obstam a decadência, a reclamação formulada pelo consumidor até a resposta negativa do fornecedor, bem como a instauração de inquérito civil a cargo do Ministério Público, até seu encerramento. Assim, sendo, findo o intervalo suspensivo, a decadência retoma o seu curso até completar o prazo de 30 dias (produtos não-duráveis) ou 90 dias (produto durável), legalmente previsto.

Para comprovar posteriormente a suspensão do prazo: deve o consumidor apresentar sua reclamação por junto ao fornecedor exigindo alguma forma de comprovação, tais como recibo na segunda via, registro no cartório, aviso de recebimento (AR) se for por meio postal, cópia de mensagem enviada pela internet ou número de algum protocolo.

GARANTIA LEGAL E CONTRATUAL (art. 50) – Responsabilidade: A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito, ou seja, complementar significa que se soma o prazo de garantia ao prazo contratual, utilizando-se o critério da vida útil do produto para a contagem do prazo decadencial.

Ex: se o fornecedor dá prazo de garantia contratual (até a Copa de 2010, um ou dois anos) dentro do tempo garantido até o fim (inclusive último dia), se o produto apresentar vício, o consumidor tem o direito de reclamar até 30 ou 90 dias após o término da garantia. Se o fornecedor não dá prazo, então, os 30 ou 90 dias correm do dia da aquisição ou término do serviço.

Desconsideração da Personalidade Jurídica

Encontra-se no CDC regulamentado no Capítulo IV, que cuida da qualidade dos produtos e serviços e da reparação de danos ao consumi-

dor, a desconsideração da personalidade jurídica, que possibilita efetividade aos direitos do consumidor, quando tenha seus direitos violados por conta de um acidente de consumo ou mesmo de um vício do produto. Não basta dar-lhe uma sentença de mérito favorável, reconhecendo seus direitos. Faz-se necessário que o consumidor tenha seu eventual crédito totalmente recebido, seja da pessoa jurídica ou da pessoa física do sócio.

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§ 1º (Vetado).

§ 2º As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 3º As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 4º As sociedades coligadas só responderão por culpa.

§ 5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores. (CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, art. 28).

UNIDADE 7

PRÁTICAS COMERCIAIS E CONTRATOS (ARTS. 29 A 54)

O Código de Defesa do Consumidor dispõe especialmente sobre as práticas comerciais, em seu art. 29 dentro do Capítulo V, pelo qual prescreve que para o Capítulo V e VI, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas, determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

- Da oferta e publicidade;
 - Publicidade enganosa e abusiva;
 - Práticas abusivas: formas de pagamento, envio de produtos sem solicitação;
- Direito de arrependimento;
 - Cláusulas abusivas;
 - Proteção Contratual;
 - Contrato de Adesão
 - Banco de dados e cadastro de consumidores

Desta forma, o CDC reconhece outras pessoas como consumidoras: a pessoa física como a jurídica e até mesmo a coletividade de pessoas. Assim, se qualquer destas pessoas adquirirem ou utilizarem produto ou serviço como destinatária final, isto é, retirando o produto do mercado e encerrando o processo econômico, a cadeia que se estabelece desde a produção até o consumo será considerada consumidora. Conclui-se, então, que são equiparados a consumidor todos aqueles que estão expostos a práticas comerciais, da mesma forma que aqueles que por qualquer circunstância venham a sofrer dano devido ao mau funcionamento do produto ou do serviço contratado.

7.1 Da Oferta e Publicidade (Arts. 30 a 38)

A publicidade é toda e qualquer forma comercial e massificada de oferta de produtos ou serviços patrocinada por um fornecedor persuadindo sujeitos disposto a consumi-los.



O CDC regula esta modalidade de oferta, estabelecendo que:

- A publicidade não poderá ser enganosa ou abusiva;
- Deverá ser **sempre clara** para que o consumidor possa identificá-la facilmente enquanto tal;
- O fornecedor deverá, sempre que necessário, provar que ela é fiel à realidade;
- O fornecedor será obrigado a divulgar mensagem publicitária esclarecendo corretamente o consumidor, quando incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva. (sanção: imposição de contrapropaganda).

O CDC prescreve duas espécies de publicidade que são vedadas aos fornecedores: a publicidade enganosa e abusiva.

A publicidade é enganosa quando contém informações falsas sobre produto ou serviço, quanto a: (art. 37)

- Características;
- Quantidade;
- Origem;
- Preço;
- Propriedade;
- Quando omitir dados essenciais.

A publicidade é abusiva:

- Gerar discriminação;
- Provocar violência;
- Explorar o medo e a superstição;
- Aproveitar-se da falta de experiência da criança;
- Desrespeitar valores ambientais;
- Induzir a um comportamento prejudicial à saúde e à segurança.

A diferença básica entre a publicidade enganosa e a abusiva está no fato de que a primeira induz o consumidor a erro sobre quaisquer dados do produto ou do serviço, enquanto a segunda induz o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

A publicidade é abusiva quando discrimina, incita à violência, explora o medo, a superstição, desrespeita valores ambientais ou se aproveita da deficiência de julgamento da criança.

O consumidor tem o direito de não ser enganado por práticas comerciais abusivas, na oferta ou publicidade dos produtos e serviços colocados no mercado.

Tudo que for anunciado deve ser cumprido. As informações constantes dos informes publicitários fazem parte do contrato.

Sanção (art. 56, XII, 60): imposição de contrapropaganda.

7.2 Regras da Oferta

A oferta segundo a doutrina é a etapa que antecede o contrato, ou seja, informações e práticas (destacando qualidade do produto, promoções, recursos atrativos) adotadas pelos fornecedores para que o consumidor com ele contrate.

Por sua vez, o fornecedor quando apresentar condições ou promessas no momento da efetivação da venda ou assinatura do contrato está ele vinculado ao que prometeu ou anunciou ao público. Então, toda divulgação de seus produtos e serviços em encartes, cartazes, anúncios publicitários em rádio, televisão, internet, o fornecedor não poderá descumprir.

7.3 Tipos e Efeitos de Ofertas

A oferta não publicitária

- Obrigatória
- Ocorre na presença do produto ofertado
- Dever de Informar
Ex: Preços nos produtos

A oferta publicitária

- Não é Obrigatória;
- Cria ou estimula o desejo de Consumir;



- Tem o dever de não enganar
Ex: Publicidade na TV

Oferta não publicitária (folder, encartes, etc.)

A Informação deve ser:

- **Correta:** que expresse a verdade sobre o produto.
- **Clara:** que seja entendida facilmente e de imediato, transmitida de forma inteligível.
- **Precisa:** exata, definida, categórica.
- **Ostensiva:** visível, de fácil percepção, que dispense esforço para sua assimilação.
- **Em língua portuguesa**

7.4 Publicidade x Propaganda

Os termos publicidade e propaganda são utilizados indistintamente no Brasil. Não foi esse, contudo, o caminho adotado pelo Código de Defesa do Consumidor.

Não se confundem publicidade e propaganda, embora os dois termos sejam utilizados um pelo outro. A publicidade tem um objetivo comercial, enquanto a propaganda visa a um fim ideológico, religioso, filosófico, político, econômico ou social. Fora isso, a publicidade, além de paga, identifica seu patrocinador, o que nem sempre ocorre com a propaganda. O Código de Defesa do Consumidor não cuida de propaganda. Seu objeto é a publicidade.

7.5 Práticas Abusivas

O Código elencou diversas práticas abusivas, vedando-as e sancionando-as em caso de descumprimento. Consideram-se práticas abusivas condições irregulares de negociação nas relações de consumo.

As práticas abusivas expressamente prevista pelo CDC são as seguintes:

- **Venda Casada** – é vedado condicionar, a venda de produto ou serviço à aquisição de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos.



O fornecedor não pode condicionar a venda de um produto à compra de outro produto, ou mesmo a um serviço, ou seja, para aquisição de empréstimo, você tem de contratar um seguro de vida. A venda casada é proibida por lei e é considerado como CRIME (Lei n. 8.137/90, art. 5º, II).

- **Recusa de Fornecimento** – é proibido recusar o atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas responsabilidades de estoque e, ainda, de conformidade com os usos e costumes. É proibido ao fornecedor esconder um produto e dizer que o produto está em falta.
- **Remessa sem solicitação** – é vedado o envio de algum produto ou fornecimento de serviço sem prévia solicitação. Se algum fornecedor enviar-lhe um produto que você não pediu, pode ser considerado como amostra grátis.
- **Prevalhecimento abusivo** – O fornecedor não pode prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou posição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.
- **Vantagem excessiva** – O fornecedor não pode exigir do consumidor vantagens exageradas ou desproporcionais em relação ao compromisso que ele esteja assumindo na compra de um produto ou na contratação de um serviço. Antes de comprar, pesquise o preço em outras lojas.
- **Execução de serviço sem orçamento** – Conforme o CDC, é obrigatória a apresentação de um orçamento, antes da realização do serviço (art. 40 CDC). Neste orçamento tem de estar escrito o preço da mão-de-obra, o material a ser usado, a forma de pagamento, a data da entrega e qualquer outro custo.
- **Repasse de informação depreciativa** – O fornecedor não pode repassar informação depreciativa acerca de ato praticado pelo consumidor no exercício de um direito seu, como por exemplo, a formulação de queixa nos órgãos de defesa do consumidor.

- **Descumprimento de Normas** – Existem leis que explicam como um produto ou um serviço deve ser feito. O fornecedor não pode vender produtos ou realizar serviços que não obedeçam a essas leis.
- **Recusa de venda de bens ou de prestação de serviços** – tal prática foi inserida no CDC pela Lei 8.884, de 13-6-1994, considerando como prática abusiva “recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais”.
- **Elevação injustificada de preço** – prática inserida pela Lei 8.884 de 13-6-1994 considerando como prática abusiva elevar, sem justa causa, os preços de produtos e serviços.
- **Abusos quanto aos prazos** – As partes, ao contratarem um serviço ou o fornecimento de produto, devem convencionar prazos de entrega e o termo inicial da execução dos serviços. Portanto, o fornecedor é obrigado a marcar um prazo para entregar um produto ou terminar um serviço.
- **Aplicação de índice ou fórmula de reajuste** – O fornecedor é obrigado a aplicar índice ou fórmula de reajuste contratualmente estabelecidos. Não pode aumentar o valor do produto ou serviço se o aumento não estiver previsto no contrato.

7.6 Direito de Arrependimento (Art. 49)

O direito de arrependimento nas vendas fora do estabelecimento comercial foi inserido no Código de Defesa do Consumidor, no Capítulo VI, Da Proteção Contratual, em seu artigo 49 que estipula que:

O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 (sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de



recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de produtos ou serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou em domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão serão devolvidos de imediato, corrigidos monetariamente.

Em suma, o arrependimento é possível, mas gera conseqüências, como a perda ou a restituição. A lei de proteção trouxe inovação nessa área, porém de forma limitada.

Para os fornecimentos feitos no estabelecimento comercial em presença do consumidor ou seu representante, em prévio conhecimento dos termos contratuais e mediante suficiente reflexão, vigora o princípio *pacta sunt servanda*, ou seja, o consumidor deverá cumprir o que contratou, sujeitando-se às conseqüências do inadimplemento.

Diferente é o tratamento no caso de essa contratação do fornecimento do produto ou serviço ocorrer fora do estabelecimento comercial, via de regra por reembolso postal, telefone, internet ou em domicílio. Nessa hipótese, presumindo que o consumidor não teve condições de examinar o produto ou serviço, ou que, pelas circunstâncias, não refletiu o bastante sobre a aquisição que fazia, o legislador deferiu-lhe o direito de arrependimento, ou seja, de desistir do contrato (art.49). Portanto, algumas regras foram fixadas pelo CDC:

- A. Para contratação fora do estabelecimento comercial;
- B. O arrependimento deverá ocorrer no prazo de sete dias a contar da assinatura do contrato ou do ato de recebimento do produto ou serviço;
- C. O consumidor receberá de volta os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão sendo a devolução imediata e monetariamente atualizada.

7.7 Cláusulas Abusivas (Art. 51 CDC)

As cláusulas abusivas encontram-se muito presentes nos contratos de consumo atuais o que causa um considerável desequilíbrio entre as partes contratantes, podendo ser, inclusive, declarada a nulidade absoluta a pedido do consumidor, de suas entidades de proteção e mesmo, incidentalmente, *ex officio*. A nulidade de uma cláusula contratual não contamina todo o contrato a ponto de invalidá-lo. Entretanto, quando a conservação do contrato sem a cláusula configura ônus excessivo a qualquer das partes, o CDC permite dar-se outra solução ao problema e possibilita a resolução do contrato.

Podem-se encontrar algumas cláusulas consideradas abusivas pelo CDC no art. 51, contudo, o próprio dispositivo admite a possibilidade da existência de outras cláusulas ao empregar a expressão “entre outras”. Por isso, se torna essencial identificar o que o CDC considera como cláusula abusiva e quais as conseqüências da mesma.

- **Cláusula de não indenizar** – Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor a indenização pode ser limitada, em situações justificáveis. Havendo, por exemplo, desproporção entre as prestações a cargo do fornecedor e do consumidor – pessoa jurídica, não é válida a cláusula limitativa da responsabilidade civil.
- **Impedimento de reembolso** – O Código confere ao consumidor o direito de ser reembolsado das quantias pagas, total ou parcialmente, nos casos por ele previstos. Por isso, a cláusula que retira do consumidor o direito de reembolso é considerada nula.
- **Transferência de responsabilidade** – Considera-se cláusula abusiva aquela que transfere a responsabilidade a terceiros. Isso se dá ao fato de que as partes devem suportar os ônus e obrigações decorrentes do contrato de consumo, incluído entre elas o dever de indenizar. O consumidor não tem nenhuma relação jurídica com terceiro e por este motivo não é a este que deve recorrer.

- **Cláusulas iníquas (injustas), abusivas e exageradas** – As cláusulas contratuais que estabelecem obrigações iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada ou que sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade, também são abusivas.
- **Ônus da prova** – a lei assegurou, em favor do consumidor, a inversão do ônus da prova no processo civil, ante a sua situação de fragilidade. Contudo, a inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor constante de uma cláusula também é abusiva e nula. O CDC não proíbe a convenção sobre o ônus da prova, mas, sim, tacha de nula a convenção, se esta trazer prejuízo ao consumidor.
- **Arbitragem** – As cláusulas contratuais que imponham a arbitragem no processo criado pela Lei de 1996, devem ser consideradas abusivas pelo CDC, uma vez que implica privilégio que permite a indicação do julgador, causando assim um desequilíbrio diante do consumidor considerado presumidamente em lei por sua vulnerabilidade. A escolha pelas partes de um árbitro para solucionar as lides existentes entre elas não significa renúncia ao direito de ação nem ofende o princípio constitucional do juiz natural.
- A arbitragem é o negócio jurídico por meio do qual as partes se obrigam a instituir o juízo arbitral fora da jurisdição estatal e a se submeter à decisão de árbitro(s) por elas nomeado(s), podendo ser judicial ou extrajudicial. Na jurisdição arbitral (espécie de justiça privada) importa a vontade bilateral das partes de se submeterem à sentença do árbitro. Portanto, não é válida a cláusula que deixa a critério exclusivo e unilateral do fornecedor a escolha entre jurisdição estatal e jurisdição arbitral.
- **Imposição de representante** – As cláusulas que impõem representante para concluir ou realizar outro

ato ou negócio jurídico pelo consumidor também é proibida. O que o art. 51, inciso VIII, do CDC veda é a imposição do procurador ao consumidor, possibilitando que o mandatário aja, a seu alvedrio, no interesse exclusivo do credor.

- **Cláusula – Mandato** – A cláusula de mandato encontra-se inserida no contrato de consumo, de modo que tudo o que vier a ser feito em virtude dela será considerado outro negócio jurídico. Assim, a lei não permite que a cláusula dê ao fornecedor a opção exclusiva para concluir ou não o contrato, e que obrigue o consumidor a aceitar a opção do fornecedor.
- **Varição unilateral de preço** – O fornecedor também não pode ficar com o privilégio de alterar unilateralmente o preço no contrato de consumo. Qualquer alteração contratual deverá ser discutida entre os participantes da relação jurídica de consumo, em igualdade de condições. Por isso a cláusula que permite a variação do preço (direta ou indireta) unilateralmente é abusiva.
- **Cancelamento unilateral do contrato** – Fica também proibida a possibilidade do fornecedor cancelar unilateralmente o contrato de consumo. A *contrário sensu*, o CDC permite a inclusão de cláusula que permita o cancelamento do contrato por qualquer das partes, uma vez que o dispositivo visa a colocar o fornecedor e o consumidor em posição contratual de igualdade e equilíbrio.
- **Ressarcimento de custos** – Cláusula que confere somente ao fornecedor o direito de se ressarcir dos gastos com cobrança é considerada abusiva, e, portanto, nula de pleno direito.
- **Modificação unilateral de contrato** – Após a celebração do contrato, só é permitido a alteração se for convencionado entre as partes. Não é lícita a cláusula

sula que concede ao fornecedor o direito de alterar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, mediante estipulações como modificação do preço, prazo de entrega do produto ou serviço, prazo ou bases da garantia contratual, taxas de juros e outros encargos financeiros, número de prestações etc.

- **Violação de normas ambientais** – Toda cláusula que possibilita a prática de ato com potencialidade para ofender o meio ambiente é considerada abusiva pelo CDC. Não há necessidade da ofensa real ao meio ambiente, bastando que a cláusula possibilite a ofensa ambiental.
- **Desconformidade com o sistema protetivo** – as leis de proteção ao consumidor devem ser cumpridas integralmente, visto serem de ordem pública, imperativas, não podendo ser derogadas pela vontade das partes.
- **Benfeitorias necessárias** – O CDC proibiu expressamente a cláusula que estipula renúncia à indenização por benfeitorias necessárias. No entanto, pode ser acordada a não indenização das benfeitorias úteis e voluptuárias.
- **Vantagem exagerada** – A lei consumerista determina a nulidade da cláusula que traz uma vantagem exagerada. Preceitua, ainda, que se presume vantagem exagerada a que, entre outros casos:

I – ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II – restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou o equilíbrio contratual;

III – se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e o conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. (incisos I, II e III, § 1º do art. 51 do CDC)

7.8 Cadastro de Consumidores (Arts. 43 CDC)

Quando você faz alguma compra e preenche fichas com seus dados pessoais, essas fichas formam um cadastro e podem ser usadas para outras finalidades não autorizadas pelo consumidor. Nesse caso, o Código de Defesa do Consumidor estabelece que os cadastros e dados de consumidores não podem conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores. A prescrição não se consuma quando ocorre uma das hipóteses de interrupção de prazo, na qual a citação é a forma mais comum de interrupção da prescrição. Assim, a informação deve ser excluída do banco de dados no prazo de cinco anos se, antes, não restar caracterizada a prescrição da ação para cobrança da obrigação. Caso determinada ação, referente à obrigação registrada, possuir prazo prescricional de cobrança inferior a cinco anos, deve este prevalecer.

Quanto ao termo inicial de contagem do prazo, começa a fluir após o vencimento da obrigação, sendo indiferente o prazo de comunicação do SPC ou registro nele lançado. Então, vencida a obrigação e não havendo pagamento no dia posterior, inicia-se a respectiva contagem do prazo de cinco anos, independentemente da efetiva inscrição nos arquivos de consumo.

7.9 Cadastro de Fornecedores (Art. 44 CDC)

O Código de Defesa do Consumidor determina que órgãos públicos de defesa do consumidor façam uma listagem de fornecedores reclamados. Essa lista pode ser consultada a qualquer momento pelos interessados. Atualmente, existe o programa coordenador pelo DPDC (Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor) chamado SINDEC (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor) que integra em rede as ações e informações da Defesa do Consumidor no Brasil.

O SINDEC institui uma base de dados nacional e estadual que disponibiliza informações e gráficos em tempo real, informações estas coletadas pelos Procons integrados.

O acesso às informações assegura aos consumidores e fornecedores a transparência das relações de consumo. É um grande instrumento de controle social que, mediante o exercício do direito à escolha, pode incentivar o respeito aos direitos dos consumidores, portanto, a construção de um mercado de consumo mais equilibrado.

7.10 Proteção Contratual (Art. 46 a 54 CDC)

As regras básicas no que respeita à interpretação das cláusulas nos contratos de consumo estão previstas no CDC especialmente nos arts. 46 a 54. Contudo, sofrem reflexos de várias outras regras presentes no CDC, como nos artigos que cuidam da Oferta (30,31,32) e da publicidade enganosa (37, §1º) dentre outros.

No art. 46 prescreve que

os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

As normas estipuladas pelo CDC acerca dos contratos tiveram por objetivo a ampla proteção do consumidor e a fixação de deveres para os fornecedores, visando, com isso, o equilíbrio, a harmonia e a transparência das relações de consumo.

Pelo CDC, contata-se a possibilidade de diversas modalidades de contratação, tais como por escrito, verbal, por correspondência, por adesão, pela internet etc, vinculando os fornecedores, inclusive, às eventuais declarações de vontades presentes (em recibo, dentre outros) fazendo, portanto, parte do contrato.

Com o CDC, os contratos de consumo passaram a ter “função social”, pois já não cuidava de preservar somente o fornecedor, passando também a considerar a pessoa do consumidor. No regime anterior ao CDC prevalecia a vontade do fornecedor sobre o consumidor. Como se sabe, o consumidor era forçado a cumprir o contrato até o final, em razão

do princípio *pacta sunt servanda*, não tendo base legal para, por exemplo, pleitear a revisão do contrato, pois não estavam tipificadas e sancionadas em lei as chamadas cláusulas abusivas. Pode-se constatar, portanto, que a inovação da norma quanto à proteção contratual é exatamente uma finalidade educativa, pois surgiu para evitar que o consumidor, vítima de práticas de vendas agressivas, seja levado a não tomar ciência das obrigações que está assumindo através de um contrato.

7.11 Contrato de Adesão

Nem sempre o contrato é elaborado de comum acordo e escrito pelas partes. Quando uma das partes apresenta à outra um contrato já elaborado e impresso para assinar, diz-se que a contratação entre ambas se dá por adesão.

- É definido no CDC como aquele cujas cláusulas foram estabelecidas de forma unilateral, ou pelo poder público ou pelo fornecedor de produtos e serviços, sem que o consumidor possa discutir e/ou alterar significativamente as condições que lhe estão sendo apresentadas. Exemplos: contratos bancários, de seguros, de planos de saúde, de consórcios, etc.

O CDC determina que os contratos de adesão, além de estarem proibidos de conter cláusulas abusivas, devem obedecer às seguintes regras:

- Letras em tamanho de fácil leitura; linguagem simples; destaque nas cláusulas que limitem os direitos do consumidor.

UNIDADE 8

SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

O caput do art. 55 estabelece competência concorrente para a fixação de normas administrativas. Nos moldes do estabelecido no art.24 da Constituição Federal, nota-se que, estabelecida a competência concorrente entre tais pessoas jurídicas de direito público, compete à União limitar-se ao estabelecimento de normas gerais, sendo que essa competência não exclui aquela suplementar dos Estados-membros.

Os municípios fiscalizarão e controlarão a produção de produtos e serviços, conforme a CF quando diz que eles poderão editar normas para suplementar a legislação federal e estadual no que couber.

Art 9º Decreto n. 2181/97, *in verbis*:

A fiscalização das relações de consumo de que tratam a Lei nº 8.078/90, este Decreto e as demais normas de defesa do consumidor será exercida em todo território nacional pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, por meio do DPDC, pelo órgãos federais integrantes do SNDC, pelos órgãos conveniados com a Secretaria, e pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor criados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios, em suas áreas de atuação e competência.

Procedimento Administrativo: Conceituado por Celso Antônio Bandeira de Melo⁴ como: “uma sucessão itinerária e encadeada de atos administrativos que tendem, todos, a um resultado final e conclusivo”. Toda e qualquer infração de natureza administrativa no art. 55 e nos seguintes somente terão validade se respeitada a garantia constitucional do devido processo legal, prevista no inciso LV do art. 5º da CF, que assim dispõe: “LV- aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes”.

⁴ MELLO, Celso Antônio Bandeira de. **Curso de Direito Administrativo**. 13. ed. São Paulo: Malheiros Editora, 2001.

Então, qualquer medida visando a punir o fornecedor deve ser precedida de procedimento, no qual se assegure ao suposto infrator amplo direito de defesa.

O Processo Administrativo para as finalidades prevista no CDC foi regulamentado no Decreto n. 2.181, de 20 de março de 1997, nos arts. 33 e seguintes.

8.1 Modalidades de Sanções

Art. 56 – As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

I – multa;

II – apreensão do produto;

III – inutilização do produto;

IV – cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V – proibição de fabricação do produto;

VI – suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;

VII – suspensão temporária de atividade;

VIII – revogação de concessão ou permissão de uso;

IX – cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X – interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI – intervenção administrativa;

XII – imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único – As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Quando se verifica a infração de uma norma contida em lei, abre-se ensejo à incidência da aplicação, ao infrator, das sanções administrativas, as quais são também previstas e disciplinadas em diplomas legais. A legislação que regulamenta o exercício do poder de polícia do Estado, em

geral, já enumera as normas de conduta, as infrações e as sanções administrativas, de sorte que o órgão fiscalizador correspondente está apto a atuar concretamente.

Nesse sentido, constata-se a ampliação considerável do elenco dessas sanções pelo Código de Defesa do Consumidor. Elas vão desde a simples multa até as sanções mais severas, como interdição total de estabelecimento e intervenção administrativa. E essas sanções, de acordo com o parágrafo único do artigo 56 CDC, serão aplicadas pela autoridade administrativa por meio do procedimento administrativo, no âmbito de sua atribuição, ou seja, pela repartição ou órgão a que a legislação atribui competência para fiscalizar e impor penalidades.

Com isso, pode-se constatar que no CDC existem três tipos de sanções, tendo por critério a esfera jurídica de atuação: sanções civis, criminais e administrativas; As primeiras são aplicadas em função da lesão existente no fato concreto do consumidor e o seu resultado reverte em seu benefício; as sanções criminais dizem respeito à lesão social em função das normas de proibição máxima, e estão reguladas, principalmente, no art. 61 do CDC; por fim, as sanções administrativas estão previstas no art. 56, do mesmo Código, e dizem respeito aplicativo em caso de descumprimento das normas defensivas.

Ademais, no artigo acima citado se distingue, basicamente, três modalidades de sanções administrativas:

- a) **Sanções Pecuniárias:** representadas pelas multas (item I) aplicadas em razão do inadimplemento dos deveres de consumo;
- b) **Sanções Objetivas:** são aquelas que envolvem bens ou serviços colocados no mercado de consumo e compreendem a apreensão (item II), inutilização (item III), cassação do registro (item IV), proibição de fabricação (item V) ou suspensão do fornecimento de produtos e serviços (item IV);
- c) **Sanções Subjetivas:** referidas à atividade empresarial ou estatal dos fornecedores de bens ou serviços, compreendem a suspensão temporária da atividade (item VII), revogação de concessão ou permissão de uso (item

VIII), cassação de licença do estabelecimento ou de atividade (item IX), interdição total ou parcial de estabelecimento, obra ou atividade (item X), intervenção administrativa (item XI), inclusive a imposição de contrapropaganda (item XII).

As sanções podem ser aplicadas cumulativamente, como já mencionado. Um fornecedor que vender um produto comestível estragado poderá vir a sofrer uma multa, ver apreendido o seu produto, vê-lo inutilizado, e ter o seu estabelecimento interditado, tudo cumulativamente, sem que se considere duplamente punido por isso. E isto apenas administrativamente, sem falar nas sanções cíveis e criminais a que estará sujeito.

Destarte, é de grande valia esse artigo do Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que ele vai disciplinar as sanções que serão aplicadas aos fornecedores no caso de não observância das normas de defesa do consumidor gerando, então, para o consumidor certa segurança com relação às faltas cometidas pelos fornecedores de produtos e serviços.

UNIDADE 9

DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

Os instrumentos de que dispõe o consumidor para fazer valer seus direitos básicos, normas tais que se complementam indissociavelmente, sem se esquecer de sua inspiração, ou seja, sempre tendo em vista a preservação de uma política das relações de consumo, definida pelo artigo 4.º do Código de Defesa do Consumidor.

O Consumidor há de ser encarado de duas maneiras fundamentais, ou seja, individualmente ou isoladamente, com vista à resolução de um impasse bem definido e surgido de uma relação de consumo, já que ora nos propomos a cuidar dos aspectos práticos da defesa ou proteção jurídica do consumidor, e coletivamente, ou seja, na forma como se analisou a problemática dos chamados interesses difusos, interesses coletivos e interesses individuais homogêneos de origem comum, mas sempre enquanto coletividade de consumidores de algum produto ou serviço.

Art. 81 – A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único: A defesa coletiva será exercida quando se tratar de :

I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e legadas por circunstâncias de fato;

II – interesses ou direitos coletivos, assim, entendidos, para efeitos deste Código, os transindividuais de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III – interesses ou direitos individuais homogêneos assim entendidos os decorrentes de origem comum.

9.1 Direitos Difusos

São aqueles cujos titulares não são determináveis. Isto é, os detentores do direito subjetivo que se pretende reger e proteger são indeterminados

e indetermináveis. Por exemplo, se um fornecedor veicula uma publicidade enganosa na televisão, o caso é típico de direito difuso, pois o anúncio sujeita toda a população a ele submetida. De forma indiscriminada e geral, todas as pessoas são atingidas pelo anúncio enganoso.

Itens que caracterizam o Direito Difuso:

- A não determinação do sujeito
- Inexistência de uma relação jurídica-base.
- Circunstâncias de fatos que estabelecem a ligação.
- Objeto ou bem jurídico protegido é indivisível, por atingir a todos indistintamente.

Exemplos de fatos de direitos difusos: a publicidade em geral, a distribuição e venda de medicamentos, direito à saúde, direito à segurança, a poluição do ar e as questões ambientais em geral (art. 225 da Constituição Federal), os direitos de proteção da criança e do adolescente (art.227 da Constituição Federal) dentre outros.

9.2 Direitos Coletivos

Os interesses coletivos englobam não só os interesses transindividuais indivisíveis (que o Código do consumidor chama de interesses coletivos em sentido estrito, artigo 81, parágrafo único, II), como também aqueles que o Código do Consumidor chama de interesses individuais homogêneos (artigo 81, parágrafo único, III). Portanto, são aqueles transindividuais de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base.

Itens que caracterizam o Direito Coletivo:

- Sujeito ativo indeterminado, mas determinável.
- Sujeito ativo (titulares) ligados entre si por uma relação jurídica. (pais e professores pertencentes à Associação de Pais e Mestres; membros de uma entidade de classe, etc)
- Sujeito ativo (titulares) ligados com o sujeito passivo (fornecedor) por uma relação jurídica. Por exemplo: alunos de uma mesma escola, clientes de um mesmo banco, usuários de um mesmo serviço público essencial.

- Objeto ou bem jurídico é indivisível (não pertence a nenhum consumidor individual em particular, mas a todos em conjunto e simultaneamente, ex: a qualidade do ensino oferecido por uma escola é indivisível, boa qualidade do fornecimento de serviços públicos essenciais).

Neste sentido, os interesses e direitos coletivos diferenciam-se dos difusos à medida que exigem um vínculo jurídico que pode surgir pelo fato de serem sujeitos de uma mesma relação contratual ou ainda vinculados a partir de uma relação associativa em sindicatos, associações, dentre outros.

9.3 Direitos Individuais Homogêneos

São aqueles de origem comum, segundo refere o inciso III do parágrafo único do art. 81, que se caracteriza por:

- Sujeito ativo determinado, sempre mais de um. O sujeito passivo são os fornecedores.
- Relação jurídica entre sujeito ativo e passivo de origem comum para todos os titulares do direito violado.
- Objeto ou bem jurídico é divisível, a origem é comum, porém o resultado real da violação é diverso para cada um.
- Exemplos: direito individual homogêneo – queda de avião como o da Tam, naufrágio do barco “Bateau Mouche”, etc.

A finalidade destes direitos é a de permitir a prestação jurisdicional, de maneira mais rápida e uniforme, aos consumidores lesados em decorrência de um mesmo fato de responsabilidade do fornecedor.

9.4 Legitimação para Agir

O Código de Defesa do Consumidor aduz que a defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em

juízo individualmente ou a título coletivo, enumerando os que são legitimados na propositura de ações coletivas no art. 82, *in verbis*:

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I – o Ministério Público,

II – a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III – as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV – as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (Vetado).

§ 3º (Vetado).

9.5 Convenção Coletiva de Consumo

Entende-se por convenção coletiva um ato normativo, servindo de modelo à contratação individual, de natureza eminentemente obrigacional. Em outras palavras, ausentes os contratos individuais, será nenhuma a eficácia da convenção coletiva; e tanto isto é verdade que, conforme o Professor Carlos Alberto Bittar (*in Direitos do Consumidor, Forense Universitária, 4ª edição, página 109*), somente após o descumprimento da convenção coletiva – o que apenas poderá verificar-se na prática das relações de consumo, é que terão cabimento as ações de cumprimento.

Temos como exemplo uma Convenção Coletiva de Consumo assinada com a ADECON – Associação de Defesa da Cidadania e Consumi-

dor e a ADEMI – Associação das Empresas do Mercado Imobiliário, ambas localizadas em Recife-PE, conforme notícia do Jornal do Comércio em 26.01.2001.

A Associação das Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi) e a Associação de Defesa do Consumidor (Adecon) protagonizaram um fato inédito no Brasil, na tarde de ontem. As duas entidades assinaram a Convenção Coletiva do Consumidor que, na prática, vai regularizar a publicidade de lançamentos imobiliários no Estado.

Significa dizer que as empresas filiadas à Ademi se comprometem a publicar em seus anúncios o registro do memorial de incorporação, instrumento exigido pela Lei de Incorporação (4591/64) e pelo Código de Defesa do Consumidor. O memorial é a garantia para o consumidor de que o todos os trâmites legais para início da obra foram cumpridos pela construtora.

“É a primeira vez no Brasil que se realiza uma convenção de direito do consumidor na qual a entidade representativa dos empresários toma à iniciativa de adequar a conduta das empresas ao que prevê a lei”, sublinhou a presidente da Adecon, Rosana Grinberg. “Nossa atitude é positiva para o setor, pois tira do mercado as empresas picaretas”, comentou o presidente da Ademi, Arménio Ferreira.

A Ademi tomou a iniciativa, depois de a Adecon entrar na justiça contra 13 empresas do setor da construção civil (12 delas filiadas à Ademi) que não vinham publicando o registro do memorial de incorporação. “Fizemos uma petição aos juizes que estão com os processos para suspender as ações por um período de 120 dias”, disse Rosana. Esse prazo é o tempo necessário para as empresas se regularizarem e vale para todas elas.

O memorial de incorporação traz toda a história do imóvel a ser erguido. É importante para quem vai comprar um apartamento, pois lá o consumidor terá acesso às informações sobre a condição legal do terreno, se o regime adotado é condomínio ou incorporação, se exis-

tem débitos da empresa com a prefeitura ou INSS. “Muitas pessoas reclamam depois que não podem registrar seus imóveis por falha em alguma dessas documentações”, avisa Rosana.

O memorial pode ser comparado aos ingredientes utilizados em produtos como biscoitos, por exemplo, na qual as fábricas foram obrigadas a estampar nas embalagens, depois da edição do código de defesa do consumidor em 1990.

A assinatura entre as duas associações ainda prevê a comunicação entre as partes, antes da ação em juízo, caso alguma empresa filiada à Ademi descumpra o acordo.

UNIDADE 10

COISA JULGADA (ART. 103)

A Coisa Julgada é o estado processual final, que qualifica uma sentença como definitiva quando há o trânsito em julgado da sentença, habilitando-a à liquidação e execução. Uma vez que a sentença faça coisa julgada, não poderão mais as partes discutir a mesma questão em Juízo, pois já o fizeram.

Diz o artigo 103 do CDC que, nas ações coletivas, e de acordo com a natureza do interesse objetivado, a sentença fará coisa julgada; a) ***erga omnes***, cuidando-se de interesses difusos, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que outra ação poderá ser proposta, com idêntico fundamento, com nova prova (inciso I); b) ***ultra partes***, tratando-se de interesses coletivos, mas limitadamente ao grupo, categoria ou classe, salvo se a improcedência ocorrer por falta de provas, nos termos do inciso I do artigo 103 (inciso II); c) ***erga omnes***, na hipótese de interesses individuais homogêneos, apenas no caso de procedência do pedido, para beneficiar todas as vítimas e seus sucessores (inciso III).

Os lesados que não intervieram no processo coletivo como assistentes litisconsorciais, na hipótese prevista no inciso III, do artigo 103, do CDC, poderão propor ações individuais (parágrafo 1.º).

No mesmo sentido, os efeitos da coisa julgada *erga omnes e ultra partes*, segundo a norma do parágrafo 2.º do artigo em comento, não prejudicarão interesses e direitos individuais dos integrantes da coletividade, do grupo, categoria ou classe.

Para fins do parágrafo 2.º do artigo 103, no caso da sentença julgar improcedente o pedido, poderão outros consumidores ingressar em juízo com o mesmo pedido e mesmo fundamento, desde que não tenham sido litisconsortes na ação coletiva julgada, visto que a sentença só surtirá efeito entre as partes litigantes, não tendo portanto, efeito “*erga omnes*”.

O parágrafo 3.º do artigo 103 reserva a incolumidade das ações de indenização por danos sofridos, propostas individualmente pelos consumidores, perante os efeitos da sentença proferida em Ação Civil Pública, no tocante aos artigos 13 e 16 da referida Lei. O Consumidor terá o direito a ambos os ressarcimentos.

O parágrafo 4.º do artigo 103 garante a liquidação e execução de sentença penal condenatória, nos termos dos artigos 96 a 99 do CDC.

Erga omnes: quer dizer que a sentença judicial abrange não só as partes do processo, mas também todas as pessoas. Ou seja, tem validade para todos. Porém, se a ação for julgada improcedente por deficiência das provas, esse julgamento não impedirá que seja ajuizada outra ação.

Ultra partes: a sentença vale não só para as partes (por exemplo, uma associação de consumidores contra uma empresa), mas também para todos os membros do grupo, categoria ou classe que estejam sendo defendidos pela associação ou pelo Ministério Público.

UNIDADE 11

SISTEMA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor institui em seus arts. 4º e 5º a Política Nacional de Relações de Consumo, definindo princípios e instrumentos para sua realização efetiva. Criou o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, congregando os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais, que direta ou indiretamente exercem atividades relacionadas com a defesa do consumidor, indicando, portanto, que esses órgãos devem estar reunidos num sistema, permitindo sua integração e cooperação mútua.

Art. 105 – Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, municipais e do Distrito Federal e as entidades privadas de defesa do consumidor.

11.1 Principais Órgãos que Atuam na Defesa do Consumidor

Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC

Para planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a Política Nacional de Relações de Consumo, o Código previu a existência de um departamento federal, o atual Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC, vinculado à Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, criado pelo Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997.

O DPDC fiscaliza as práticas comerciais, cabendo-lhe, quando apuradas as irregularidades, aplicação das sanções administrativas contidas no CDC. Tem como atribuição principal de coordenar a política e ações do SNDC, bem como atuar concretamente naqueles casos de relevância nacional e nos assuntos de maior interesse para a classe consumidora, além de desenvolver ações voltadas ao aperfeiçoamento do sistema, à educação para o consumo e para melhor informação e orientação dos consumidores.

PROCON

Procon é o órgão responsável pela coordenação e execução da política estadual ou municipal de proteção e defesa do consumidor.

Cabe ao Procon orientar, receber, analisar e encaminhar reclamações, consultas e denúncias de consumidores, fiscalizar previamente os direitos dos consumidores e aplicar as sanções, quando for o caso.

A Criação de um Procon depende de previsão legal (leis estaduais ou municipais) na qual serão estabelecidas suas atribuições tomando-se como referência o artigo 4º, do Decreto 2.181/97.

Todo cidadão tem o direito de ser protegido pelo Poder Público enquanto consumidor. Esse direito é garantido no artigo 5º, XXXII da Constituição Federal e no art. 6º, VII do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90).

Portanto, cabe ao Município ou Estado efetivar essa proteção, executando de maneira plena a Política Estadual ou Municipal de Defesa do Consumidor, criando um Procon para atender a população e fiscalizar as relações de consumo.

Ministério Público

O **Ministério Público (MP)** é uma instituição permanente, essencial à função jurisdicional do Estado, incumbindo-lhe a defesa da ordem jurídica, do regime democrático e dos interesses sociais e individuais indisponíveis. A defesa do consumidor é direito fundamental, previsto na Constituição Federal como dever do Estado (art. 5º, XXXII). O Ministério Público é instituição responsável pela defesa coletiva do consumidor. Atua em casos envolvendo combustíveis adulterados, bancos, seguros, planos de saúde, telefonia, publicidade enganosa ou abusiva, práticas abusivas, cobranças abusivas, vícios e defeitos em produtos e serviços em geral, e em demais casos de lesão à coletividade de consumidores.

Essa atuação é exercida pelas Promotorias de Justiça, especializadas ou não, na capital ou no interior do Estado, em prol de interesses difusos, coletivos e individuais homogêneos dotados de relevância social. Assim sendo, recebida uma reclamação ou tomando conhecimento direto de fatos que digam respeito a esses interesses, o Ministério Público poderá instaurar inquérito civil, ajuizar ações coletivas, firmar compromisso de ajustamento e tomar medidas legais necessárias para prevenir ou reparar o dano.

No entanto, tratando-se de direito individual disponível e não-homogêneo, a defesa será exercida pelo próprio consumidor por intermé-

dio de advogado ou, não possuindo condições financeiras, Defensor Público; também poderá reclamar nos Procons ou Juizados Especiais Cíveis.

Defensoria Pública

O Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 5º prescreve que para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público, dentre outros órgãos, com a manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente, por meio da Defensoria Pública;

A Defensoria Pública é o órgão destinado ao cumprimento, pelo estado, do seu dever constitucional de prestar assistência jurídica **integral e gratuita** à população que não tenha condições financeira de pagar as despesas de uma postulação, ou defesa, em processo judicial ou extrajudicial ou, ainda, de um aconselhamento jurídico. A defesa dos direitos dos consumidores economicamente menos favorecidos pode ocorrer individualmente e, ainda, de modo coletivo por meio da Defensoria Pública.

Delegacia do Consumidor

Vale destacar que nem toda infração ao direito do consumidor, configura-se como crime ou infração penal. O CDC também contém normas penais previstas nos artigos 61 a 75.

A autoridade policial tem competência e dever de apurar infrações penais e auxiliar a justiça. É certo que o consumidor pode ser atendido em delegacias de competência geral do Estado. Porém, existindo uma unidade especializada haveria tratamento diferenciado e exclusivo, facilitando sobremaneira a relação do consumidor com seus fornecedores. É direito do consumidor registrar Boletim de Ocorrência para documentar fatos com ele ocorridos, os quais deverão ser apurados pela autoridade policial a partir de um inquérito policial.

A delegacia de atendimento ao consumidor, poderá contribuir recebendo denúncias de infrações cometidas pela indústria, comércio e prestadores de serviços. Além disso, a delegacia poderá também conceder orientações e encaminhamentos aos consumidores, evitando, assim, demandas desnecessárias nos tribunais.

Juizados Especiais

As demandas dos consumidores quando não solucionadas no âmbito administrativo, podem ser apresentadas no âmbito judicial individualmente ou mesmos coletivamente, quando for o caso.

Os Juizados Especiais Cíveis têm como competência a conciliação, o processo e o julgamento de causas de menor complexidade.

Nos juizados Especiais a parte interessada comparecerá sempre pessoalmente para prestar a queixa, podendo, ou não, ser assistida pelo advogado se a causa for inferior ou igual a 20 (vinte) salários mínimos. Para valores superiores a 20 (vinte) e inferior ou igual a 40 (quarenta) salários mínimos, a parte interessada deverá, obrigatoriamente, estar acompanhada de advogado para prestar a queixa. A partir do valor de 40 (quarenta) salários mínimos, a parte interessada deverá dirigir-se à Justiça Comum.

Vale ressaltar, que tanto para esfera administrativa quanto para esfera judicial, deve o consumidor portar de todos os documentos pessoais, bem como àqueles necessários para comprovação das alegações prestadas.

UNIDADE 12

IMPLANTAÇÃO DO SISTEMA MUNICIPAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A democracia é um sistema político que se baseia no livre exercício da Cidadania. Para ser um cidadão participante, é preciso estar bem informado sobre os acontecimentos e as coisas públicas. A educação permanente é o meio adequado para a difusão de informações que permitem ao cidadão apropriar-se de seus direitos e deveres.

As normas que regem o Código de Defesa do Consumidor – CDC devem estar ao alcance de todos e para tanto, por ser um serviço público de grande relevância e interesse social, cujos reflexos facilitam a tutela jurídica do direito legal e constitucionalmente assegurado aos consumidores, deve o Poder Público garantir instrumentos que viabilizem a efetivação de tais normas, criando e mantendo, por exemplo, órgãos de defesa do consumidor, com a indispensável qualidade e eficiência.

Pelo disposto no art. 105 do Código de Defesa do Consumidor e do artigo 2º. do Decreto Federal 2181/97, o Procon, no âmbito dos municípios, deverá ser um órgão público municipal. Por orientação do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC, órgão de Ministério da Justiça, o Procon deve ser preferencialmente um órgão do Poder Executivo Municipal, ou seja, da Prefeitura. A Constituição Federal no seu artigo 5º, XXXII garante que o Estado promoverá a defesa do consumidor. Assim sendo, caso a população perceba essa necessidade, deverá se mobilizar através de entidades ou dos Vereadores, com o objetivo de sensibilizar o Prefeito Municipal para que crie o Procon na cidade. A iniciativa de criação do Procon começa com o envio de um projeto de lei do Prefeito para a Câmara dos Vereadores, propondo a criação do órgão. Contudo, caso o Prefeito não queira criar o Procon, seja por desinteresse político ou por falta de verba, nada impede que os Vereadores tomem essa iniciativa, criando um serviço de orientação e defesa do consumidor ou mesmo a Comissão de Defesa do Consumidor por meio de Projeto de Resolução.

Nesse sentido, a municipalização dos órgãos de defesa do consumidor contribuirá para a efetivação dos direitos e deveres constituciona-

mente garantidos aos municípios, quanto às normas contidas no Código de Defesa do Consumidor.

12.1 Sugestão de Projeto de Lei.⁵

Projeto de Lei de Iniciativa Privativa

PROJETO DE LEI DE INICIATIVA PRIVATIVA DO PREFEITO

Dispõe sobre a Organização do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor – SMDC – institui a Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON, o Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – CONDECON, e institui o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, e dá outras providências.

O prefeito do Município de (nome da cidade) faço saber que a Câmara Municipal aprovou e eu sanciono a seguinte lei:

CAPÍTULO I

DO SISTEMA MUNICIPAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Art. 1º A presente Lei estabelece a organização do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor – SMDC, nos termos da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 e Decreto nº 2.181 de 20 de março de 1997.

Art. 2º São órgãos do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor – SMDC;

I – A Coordenadoria Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON;

II – Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – CONDECON.

Parágrafo único. Integram o Sistema Municipal de Defesa do Consumidor os órgãos e entidades da Administração Pública municipal e as associações civis que se dedicam à proteção e defesa do consumidor, sediadas no município, observado o disposto nos arts. 82 e 105 da Lei 8.078/90.

⁵ Retirado de: MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Projeto de Lei para criação do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF: Ministério da Justiça/Secretaria de Direito Econômico/Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, 2008.

CAPITULO II

DA COORDENADORIA MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON

Seção I

Das Atribuições

Art. 3º Fica criado o PROCON Municipal de (nome da cidade), órgão da Secretaria (nome da secretaria), destinado a promover e implementar as ações direcionadas à educação, orientação, proteção e defesa do consumidor e coordenação da política do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I – Planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política municipal de proteção ao consumidor;

II – Receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, reclamações e sugestões apresentadas por consumidores, por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III – Orientar permanentemente os consumidores e fornecedores sobre seus direitos, deveres e prerrogativas;

IV – Encaminhar ao Ministério Público a notícia de fatos tipificados como crimes contra as relações de consumo e as violações a direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos.

V – Incentivar e apoiar a criação e organização de associações civis de defesa do consumidor e apoiar as já existentes, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais;

VI – Promover medidas e projetos contínuos de educação para o consumo, podendo utilizar os diferentes meios de comunicação e solicitar o concurso de outros órgãos da Administração Pública e da sociedade civil;

VII – Colocar à disposição dos consumidores mecanismos que possibilitem informar os menores preços dos produtos básicos, entre outras pesquisas;

VIII – Manter cadastro atualizado de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, divulgando-o pública e anualmente, no mínimo, nos termos do art. 44 da Lei nº 8.078/90 e dos arts. 57 a 62 do Decreto 2.181/97, remetendo cópia ao Procon Estadual, preferencialmente em meio eletrônico;

IX – Expedir notificações aos fornecedores para prestarem informações sobre reclamações apresentadas pelos consumidores e comparecerem às audiências de conciliação designadas, nos termos do art. 55, § 4º da Lei 8.078/90;

X – Instaurar, instruir e concluir processos administrativos para apurar infrações à Lei 8.078/90, podendo mediar conflitos de consumo, designando audiências de conciliação;

XI – Fiscalizar e aplicar as sanções administrativas previstas no Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90 e Decreto nº 2.181/97);

XII – Solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnica para a consecução dos seus objetivos;

XIII – Encaminhar à Defensoria Pública do Estado os consumidores que necessitem de assistência jurídica.

XIV – Propor a celebração de convênios ou consórcios públicos com outros Municípios para a defesa do consumidor.

Seção II

Da Estrutura

Art. 4º A Estrutura Organizacional do PROCON municipal será a seguinte:

(A presente estrutura pode ser alterada, desde que sejam preservadas as funções de fiscalização, atendimento e assessoria jurídica.)

I – Coordenadoria Executiva;

II – Setor de Educação ao Consumidor, Estudos e Pesquisas;

III – Setor de Atendimento ao Consumidor;

IV – Setor de Fiscalização;

V – Setor de Assessoria Jurídica;

VI – Setor de Apoio Administrativo;

VII – Ouvidoria.

Art. 5º A Coordenadoria Executiva será dirigida por Coordenador Executivo, e os serviços por Chefes.

Parágrafo único. Os serviços do PROCON serão executados por servidores públicos municipais, podendo ser auxiliados por estagiários de 2º e 3º graus.

Art. 6º O Coordenador Executivo do PROCON Municipal será nomeado pelo Prefeito Municipal.

Art. 7º O Poder Executivo municipal colocará à disposição do PROCON os recursos humanos necessários para o funcionamento do órgão, promovendo os remanejamentos necessários.

Art. 8º O Poder Executivo municipal disporá os bens materiais e recursos financeiros para o perfeito funcionamento do órgão, promovendo os remanejamentos necessários.

CAPITULO III DO CONSELHO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – CONDECON

Art. 9º Fica instituído o Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – CONDECON, com as seguintes atribuições:

I – Atuar na formulação de estratégias e diretrizes para a política municipal de defesa do consumidor.

II – Administrar e gerir financeira e economicamente os valores e recursos depositados no Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, bem como deliberar sobre a forma de aplicação e destinação dos recursos na reconstituição dos bens lesados e na prevenção de danos, zelando pela aplicação dos recursos na consecução dos objetivos previstos nesta Lei, bem como nas Leis nº 7.347/85 e 8.078/90 e seu Decreto Regulamentador.

III – Prestar e solicitar a cooperação e a parceria de outros órgãos públicos;

IV – Elaborar, revisar e atualizar as normas referidas no § 1º do art. 55 da lei nº 8.078/90.

V – aprovar e fiscalizar o cumprimento de convênios e contratos como representante do Município de (nome da cidade), objetivando atender ao disposto no item II deste artigo;

VI – examinar e aprovar projetos de caráter científico e de pesquisa visando ao estudo, proteção e defesa do consumidor;

VII – aprovar e publicar a prestação de contas anual do Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, dentro de 60 (sessenta) dias do início do ano subsequente;

VIII – Elaborar seu Regimento Interno.

Art. 10. O CONDECON será composto por representantes do Poder Público e entidades representativas de fornecedores e consumidores, assim discriminados:

I – O coordenador municipal do PROCON é membro nato;

II – Um representante da Secretaria de Educação;

III – Um representante da Vigilância Sanitária;

IV – Um representante da Secretaria da Fazenda;

V – Um representante do Poder Executivo municipal;

(De acordo com a peculiaridade de cada Município, poderá ser indicado representante de mais de uma Secretaria.)

VI – Um representante da Secretaria de Agricultura;

VII – Um representante dos fornecedores;

VIII – Dois representantes de associações de consumidores que atendam aos requisitos do inciso IV do art. 82 da Lei 8.078/90.

IX – Um representante da OAB;

X – Ouvidor Geral do Município.

(Verificar existência, embora não exista prejuízo da criação.)

§ 1º O CONDECON elegerá o seu presidente dentre os representantes de órgãos públicos.

§ 2º Deverão ser asseguradas a participação e manifestação dos representantes do Ministério Público Estadual e da Defensoria Pública Estadual nas reuniões do CONDECON.

§ 3º As indicações para nomeações ou substituições de conselheiros serão feitas pelas entidades ou órgãos na forma de seus estatutos.

§ 4º Para cada membro será indicado um suplente que substituirá, com direito a voto, nas ausências ou impedimento do titular.

§ 5º Perderá a condição de membro do CONDECON e deverá ser substituído o representante que, sem motivo justificado, deixar de comparecer a 3 (três) reuniões consecutivas ou a 6 (seis) alternadas, no período de 1 (um) ano.

§ 6º Os órgãos e entidades relacionados neste artigo poderão, a qualquer tempo, propor a substituição de seus respectivos representantes, obedecendo o disposto no § 2º deste artigo.

§ 7º As funções dos membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor não serão remuneradas, sendo seu exercício

considerado relevante serviço à promoção e preservação da ordem econômica e social local.

§ 8º Os membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do consumidor e seus suplentes, à exceção do membro nato, terão mandato de dois anos, permitida a recondução.

§ 9º Fica facultada a indicação de entidade civil de direitos humanos ou de direitos sociais nos casos de inexistência de associação de consumidores, prevista no inciso VIII deste artigo.

Art. 11. O Conselho reunir-se-á ordinariamente 01 (uma) vez por mês e extraordinariamente sempre que convocados pelo Presidente ou por solicitação da maioria de seus membros.

Parágrafo único – As sessões plenárias do Conselho instalar-se-ão com a maioria de seus membros, que deliberarão pela maioria dos votos presentes.

CAPITULO IV DO FUNDO MUNICIPAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – FMDC

Art. 12. Fica instituído o Fundo Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor – FMDC, de que trata o art. 57, da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, regulamentada pelo Decreto Federal nº 2.181, de 20 de março de 1997, com o objetivo de receber recursos destinados ao desenvolvimento das ações e serviços de proteção e defesa dos direitos dos consumidores.

Parágrafo único. O FMDC será gerido pelo Conselho Gestor, composto pelos membros do Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor, nos termos do item II, do art. 9º, desta Lei.

Art. 13. O FMDC terá o objetivo de prevenir e reparar os danos causados à coletividade de consumidores no âmbito do município de (nome do município).

§ 1º Os recursos do Fundo ao qual se refere este artigo, serão aplicados:

I – Na reparação dos danos causados à coletividade de consumidores do município de (nome do município);

II – Na promoção de atividades e eventos educativos, culturais e científicos e na edição de material informativo relacionado à educação, proteção e defesa do consumidor;

III – No custeio de exames periciais, estudos e trabalhos técnicos necessários à instrução de inquérito civil ou procedimento investigatório preliminar instaurado para a apuração de fato ofensivo ao interesse difuso ou coletivo.

IV – Na modernização administrativa do PROCON;

V – No financiamento de projetos relacionados com os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo (art. 30, Dec. n.º 2.181/90);

VI – No custeio de pesquisas e estudos sobre o mercado de consumo municipal elaborado por profissional de notória especialização ou por instituição sem fins lucrativos incumbida regimental ou estatutariamente da pesquisa, ensino ou desenvolvimento institucional;

VII – No custeio da participação de representantes do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor – SMDC em reuniões, encontros e congressos relacionados à proteção e defesa do consumidor, e ainda investimentos em materiais educativos e de orientação ao consumidor.

§ 2º Na hipótese do inciso III deste artigo, deverá o CONDECON considerar a existência de fontes alternativas para custeio da perícia, a sua relevância, a sua urgência e as evidências de sua necessidade.

Art. 14. Constituem recursos do Fundo o produto da arrecadação:

I – das condenações judiciais de que tratam os artigos 11 e 13 da lei 7.347 de 24 de julho de 1985;

II – Dos valores destinados ao município em virtude da aplicação da multa prevista no art. 56, inciso I e no art. 57 e seu Parágrafo Único da Lei nº 8.078/90, assim como daquela cominada por descumprimento de obrigação contraída em termo de ajustamento de conduta;

III – As transferências orçamentárias provenientes de outras entidades públicas ou privadas;

IV – Os rendimentos decorrentes de depósitos bancários e aplicações financeiras, observadas as disposições legais pertinentes;

V – As doações de pessoas físicas e jurídicas nacionais e estrangeiras;

VI – Outras receitas que vierem a ser destinadas ao Fundo;

Art. 15. As receitas descritas no artigo anterior serão depositadas obrigatoriamente em conta especial, a ser aberta e mantida em estabelecimento oficial de crédito, à disposição do CONDECON.

§ 1º As empresas infradoras comunicarão no prazo de 10 (dez) dias, ao CONDECON os depósitos realizados a crédito do Fundo, com especificação da origem.

§ 2º Fica autorizada a aplicação financeira das disponibilidades do Fundo em operações ativas, de modo a preservá-las contra eventual perda do poder aquisitivo da moeda.

§ 3º O saldo credor do Fundo, apurado em balanço no término de cada exercício financeiro, será transferido para o exercício seguinte, a seu crédito.

§ 4º O Presidente do CONDECON é obrigado a publicar mensalmente os demonstrativos de receitas e despesas gravadas nos recursos do Fundo, repassando cópia aos demais conselheiros, na primeira reunião subsequente.

Art. 16. O Conselho Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor reunir-se-á ordinariamente em sua sede, no seu Município, podendo reunir-se extraordinariamente em qualquer ponto do território estadual.

CAPÍTULO V DA MACRO-REGIÃO

Art. 17. O Poder Executivo municipal poderá propor a celebração de consórcios públicos ou convênios de cooperação com outros municípios, visando estabelecer mecanismos de gestão associada e atuação em conjunto para a implementação de macro-regiões de proteção e defesa do consumidor, nos termos da Lei 11.107 de 06 de abril de 2005.

Art. 18. O protocolo de intenções que anteceder à contratação de consórcios públicos de defesa do consumidor definirá o local de sua sede, que poderá ser estabelecida em quaisquer dos municípios consorciados, bem como a sua denominação obrigatória de PROCON REGIONAL, com competência para atuar em toda a extensão territorial dos entes consorciados.

CAPÍTULO VI DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 19. A Prefeitura Municipal prestará apoio administrativo e fornecerá os recursos humanos e materiais ao CONDECON e ao FMDC, que serão administrados por uma secretaria executiva.

Art. 20. No desempenho de suas funções, os órgãos do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor poderão manter convênios de cooperação técnica entre si e com outros órgãos e entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, no âmbito de suas respectivas competências e observado o disposto no art. 105 da Lei 8.078/90.

Parágrafo único. O Sistema Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor integra o Sistema Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor, podendo estabelecer convênios para o desenvolvimento de ações e programas de defesa do consumidor com o órgão e coordenador estadual.

Art. 21. Consideram-se colaboradores do Sistema Municipal de Defesa do Consumidor as universidades públicas ou privadas, que desenvolvam estudos e pesquisas relacionadas ao mercado de consumo.

Parágrafo único. Entidades, autoridades, cientistas e técnicos poderão ser convidados a colaborar em estudos ou participar de comissões instituídas pelos órgãos de proteção ao consumidor.

Art. 22. As despesas decorrentes da aplicação desta lei correrão por conta das dotações orçamentárias do Município.

Art. 23. O Poder Executivo municipal aprovará, mediante decreto, o Regimento Interno do PROCON municipal, definindo a sua subdivisão administrativa e dispondo sobre as competências e atribuições específicas das unidades e cargos.

Art. 24. Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

Art. 25. Revogam-se as disposições em contrário.

GABINETE DO PREFEITO MUNICIPAL DE (nome da cidade)

(nome do prefeito)

Prefeito de (nome da cidade)

Registre-se e publique-se

(nome do Secretário Municipal de Administração)

Secretário de Administração.

12.2 Sugestão de Projeto de Resolução

PROJETO DE RESOLUÇÃO N.º

Cria o Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara – no âmbito da Secretaria da Câmara Municipal de _____

Faço saber que a Câmara Municipal de _____ aprovou e eu promulgo a seguinte resolução:

Art. 1º – Fica criado o Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara – no âmbito da Secretaria da Câmara Municipal de _____, para fins de aplicação das normas relativas às relações de consumo, especialmente as estabelecidas nos arts. 4º, II, a, 5º, I, 6º, VII, da Lei Federal n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, e no Decreto Federal n.º 2.181, de 20 de março de 1997.

Art. 2º – O Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara integra o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, previsto no art. 105 da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 e no art. 2º do Decreto 2.181, de 20 de março de 1997, bem como o Sistema Estadual de Defesa do Consumidor .

Art. 3º Constituem objetivos permanentes do Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara:

I – A proteção, a defesa e a orientação do consumidor, a divulgação de seus direitos e a promoção da educação para o consumo no Município, de acordo com a legislação referente às relações de consumo.

II – receber, analisar, avaliar e apurar consultas e denúncias apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado ou por consumidores individuais;

III – dar atendimento e orientação permanente aos consumidores sobre seus direitos e garantias, processando regularmente as reclamações fundamentadas;

IV – informar, conscientizar e motivar o consumidor, por intermédio dos diferentes meios de comunicação;

V – fiscalizar as relações de consumo e encaminhar as infrações ao órgão municipal de defesa do consumidor para aplicação das sanções e penalidades administrativas previstas na Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e em outras normas pertinentes à defesa do consumidor.

VI – funcionar, no processo administrativo, como instância de conciliação, no âmbito de sua competência, dentro das regras fixadas pela Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e pela legislação complementar;

VII – Expedir notificações aos fornecedores para prestarem informações sobre reclamações apresentadas pelos consumidores, conforme prevê o art. 55 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990;

VIII – orientar o consumidor a recorrer ao Poder Judiciário quando nos casos não resolvidos administrativamente;

IX – Representar ao Ministério Público os casos tipificados como infração penal prevista na Lei Federal n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990, bem como os que tratem de interesses ou direitos difusos, coletivos ou individuais homogêneos;

X – Incentivar e apoiar a criação e organização de órgãos e entidades de defesa do consumidor;

XI – Efetuar e disponibilizar aos consumidores pesquisa de preços de produtos e serviços;

XII – elaborar e divulgar anualmente cadastro de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, de que trata o art. 44 da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e remeter cópia aos órgãos municipal, estadual e federal incumbidos das coordenações políticas dos respectivos sistemas de defesa do consumidor;

XIII – celebrar convênios e termos de ajustamento de conduta, na forma do § 6º do art. 5º da Lei Federal nº 7.347, de 24 de julho de 1985;

XIV – desenvolver programas relacionados com o tema “Educação para o Consumo”, nos termos do disposto no art. 4º, IV, da Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, bem como estudos e pesquisas na área de defesa do consumidor;

XV – exercer as demais atividades previstas pela legislação relativa à defesa do consumidor e desenvolver outras compatíveis com suas finalidades.

Parágrafo único – A competência, atribuições e atuação do Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara abrangem todo o Município de _____.

Art. 4º – A Mesa da Câmara Municipal regulamentará o disposto nesta resolução e estabelecerá o regimento interno do Serviço de Orientação e Defesa do Consumidor da Câmara.

Art. 5º – Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 6º – Revogam-se as disposições em contrário.

Sala de Reuniões da Mesa da Câmara, aos de de 2.008

Justificação: a critério de cada Vereador ou da Mesa Diretora.

UNIDADE 13

CONEXÕES RÁPIDAS PARA CITAÇÃO⁶

Seguem as conexões referentes aos direitos básicos elencados no art. 6º, detalhados nas restantes normas materiais, administrativas e processuais do CDC. As conexões dos incisos são:

- Proteção da vida, saúde e segurança – arts.8º a 17.
- Produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos – art.9º
- Liberdade de escolha e igualdade – combate às práticas abusivas (art.39), direito de informação(art.30) e combate à discriminação de consumidores (art. 39,II,IV,IX, do CDC).
- Informação adequada e clara – arts. 12, 14, 18, 20, 30, 31, 33, 34, 46, 48, 52, 54.
- Transparência – art.4º, caput.
- Liberdade de escolha – art. 6º,II.
- Informação sobre riscos – art. 8º e parágrafo único.
- Informação específica – art. 52 (fornecimento de crédito), art. 33 (oferta à distância)
- Defeito de informação – arts. 12 e 18.
- Vício de informação – arts. 18 e 20
- Sanção pela falha de informação – arts. 35, 42, parágrafo único (cobrança errada é falha na informação) e 46.
- Informação na redação do contrato – arts.46, 48 e 54, § 3º.
- Destaque de cláusulas – arts. 54, §§ 3º e 4º, c/c arts. 46 e 47.
- Publicidade enganosa e abusiva – arts. 36,37 e 38.
- Métodos comerciais coercitivos ou desleais, práticas abusivas – arts. 39, 40, 41 e 49.
- Cláusulas abusivas – arts. 51, 53 e 54.

⁶MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

- Princípio da prevenção e da reparação – art. 6º, VI, c/c arts. 8º, 10, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 30, 31, 33, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43.
- Prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos – arts.8º, 10, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 30, 31, 33, 34, 36,37, 39, 40, 41, 42, 43; processo – arts. 81, 82, 83, 84, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103 e 104.
- Acesso aos órgãos judiciários – arts. 4º, 5º, e processo – arts. 81, 82, 83, 84, 87, 88, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103 e 104.
- Acesso aos órgãos administrativos – arts.4º, 5º, c/ práticas comerciais abusivas (arts. 39, 40, 41, 42, 43); e defesa administrativa – arts. 55 a 60 c/c Dec. 2181/1997, e arts. 105, 107 (convenção coletiva de consumo e termos de ajustamento)
- Inversão do ônus da prova – art.12, § 3º, e art. 14, § 3º; 38, e “ quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras de experiências – art. 6º, VIII.
- Prestação dos serviços públicos – art. 22.

13.1 Legislação Correlata

- **Lei 1.521, de 26 de dezembro de 1951** – Altera dispositivos da legislação vigente sobre crimes contra a economia popular.
- **Lei n. 7.347, de 24 de julho de 1985** – Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio-ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico e dá outras providências.
- **Lei n. 8.137, de 27 de dezembro de 1990.** Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

- **Lei n. 8.656, de 21 de maio de 1993** – Altera dispositivos da Lei n. 8.078.
- **Lei n. 8.703, de 6 de setembro de 1993.** Acrescenta parágrafo único ao art. 57 da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 que dispõe sobre a proteção do consumidor, e revoga o art. 3º da Lei n. 8.656, de 21 de maio de 1993.
- **Lei n. 8.884, de 11 de junho de 1994** – Transforma o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) em Autarquia, dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica e dá outras providências.
- **Lei nº 9.008 de 21 de março de 1995** – Cria na estrutura organizacional do Ministério da Justiça, o Conselho Federal de que tra o art. 13 da Lei n. 7.347, de 24 de julho de 1985, altera os arts. 4º, 39, 82, 91 e 98 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e dá outras providências.
- **Lei nº 9.021 de 30 de março de 1995** – Dispõe sobre a implementação da autarquia Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), criada pela Lei nº 8.884, de 11 de junho de 1994, e dá outras providências.
- **Lei nº 9.298, de 1º de agosto de 1996** – Altera a redação do § 1º do art. 52 da Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990 que “ dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”.
- **Lei nº 9.791, de 24 de março de 1999** – Dispõe sobre a obrigatoriedade de as concessionárias de serviços públicos estabelecerem ao consumidor e ao usuário datas opcionais para o vencimento de seus débitos.
- **Lei nº 9.784, de 29 de janeiro de 1999** – Regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.
- **Lei nº 9.870 de 23 de novembro de 1999** – Dispõe sobre o valor total das anuidades escolares e dá outras providências

- **Lei nº 10.504, de 8 de julho de 2002** – Dispõe sobre a criação do Dia Nacional do Consumidor.
- **Decreto nº 5.903, de 20 de setembro de 2006** – Regulamenta a Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.
- **Decreto nº 5.773, de 9 de maio de 2006** – Dispõe sobre o exercício das funções de regulação, supervisão e avaliação de instituições de educação superior e cursos superiores de graduação e sequenciais no sistema federal de ensino.
- **Decreto nº 5.440, de 04 de maio de 2005** – Estabelece definições e procedimentos sobre o controle de qualidade da água de sistemas de abastecimento e institui mecanismos e instrumentos para divulgação de informação ao consumidor sobre a qualidade da água para consumo humano.
- **Decreto nº 4.680, de 24 de abril de 2003** – Regulamenta o direito à informação, assegurado pela Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, quanto aos alimentos e ingredientes alimentares destinados ao consumo humano ou animal que contenham ou sejam produzidos a partir de organismos geneticamente modificados, sem prejuízo do cumprimento das demais normas aplicáveis
- **Lei nº 10.962, de 11 de outubro de 2004** – Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.
- **Decreto nº 1.306 de 9 de novembro de 1994** – Regulamenta o Fundo de Defesa de Direitos, de que tratam os arts. 13 e 20 da Lei nº 7.347 de 24 de julho de 1985, seu conselho gestor e dá outras providências.
- **Decreto nº 2.181 de 20 de março de 1997** – Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas pre-

vistas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, revoga o Decreto nº 861, de 9 de julho de 1993, e dá outras providências.

- **Portaria nº 4, de 13 de março de 1998.**
- **Portaria nº 14, de 22 de junho de 1998.**
- **Portaria nº 3, de 19 de março de 1999.**
- **Portaria nº 3, de 15 de março de 2001.**
- **Portaria GM nº 789, de 24 de agosto de 2001** – Regulamenta a comunicação de recall no âmbito federal.
- **Portaria nº 5, de 27 de agosto de 2002** – Complementa o elenco de cláusulas abusivas constante do art. 51 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.
- **Portaria nº 6, de 2 de dezembro de 2002.**
- **Portaria nº 7, de 3 de setembro de 2003** – Para efeitos de fiscalização pelos órgãos públicos de defesa do consumidor, particulariza hipótese prevista no elenco de práticas abusivas constante do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.
- **Portaria n. 17, de 22 de junho de 2004** – Revoga o item 9 da Portaria n. 04/98 da Secretaria de Direito Econômico, assim como sua nota explicativa.
- **Portaria SDE nº 022, de 20 de agosto de 2004** – Institui o formulário padrão para a lavratura de Auto de Comprovação no âmbito do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
- **Portaria MJ nº 1.387, de 13 de agosto de 2007** – Cria a Ação Escola Nacional de Defesa do Consumidor (Escola Nacional) cujo objetivo é aprimorar o estudo da proteção e da defesa do consumidor por meio da promoção de cursos de capacitação aos integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC).

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva 2006.

_____. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ARAÚJO, Anna Waléria de (Org.). **Cartilha do Jovem Consumidor**. Fortaleza: Edições INESP, 2005.

BESSA, Leonardo Roscoe. **O Consumidor e seus direitos: ao alcance de todos**. 2. ed. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

Código de Defesa do Consumidor e o Código Civil de 2002 – Convergências e Assimetrias. Roberto A. C. Pfeiffer e Adalberto Pasqualotto (Coord.). São Paulo: RT, 2005.

DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. **Manual do direito do consumidor**. Brasília: Escola Nacional de Defesa do Consumidor, 2008.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 1991.

GAMA, Hélio Zagueto. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Responsabilidade Civil**. 8. ed. São Paulo: Edit. Saraiva, 2003.

KHOURI, Paulo Roberto Antônio. **Direito do Consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor** – O Novo Regime das Relações Contratuais. São Paulo: Revista dos Tribunais. 1995.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antônio Herman V.; MIRAGEM, Bruno. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2.ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2006.

NERY JÚNIOR, Nelson. Os Princípios Gerais do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, n. 10, v.10, abr./jun. São Paulo,1994.

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 3. ed reform. São Paulo: Saraiva, 2007.

GRINOVER, **Ada Pellegrine et al. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto**. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

SENISE, Roberto Lisboa. **Responsabilidade Civil nas Relações de Consumo**. São Paulo: Edit. Revista dos Tribunais, 2001.

ANEXOS

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I

Dos Direitos do Consumidor

CAPÍTULO I

Disposições Gerais

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

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

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

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

CAPÍTULO II

Da Política Nacional de Relações de Consumo

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e

harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:
(Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I – reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta;

b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;

c) pela presença do Estado no mercado de consumo;

d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III – harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V – incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI – coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII – racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII – estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

I – manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;

II – instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;

III – criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;

IV – criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;

V – concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

§ 1º (Vetado).

§ 2º (Vetado).

CAPÍTULO III

Dos Direitos Básicos do Consumidor

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

I – a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II – a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

III – 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 apresentem;

IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V – a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI – a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII – o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII – a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a

critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX – (Vetado);

X – a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo.

CAPÍTULO IV

Da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e da Reparação dos Danos

SEÇÃO I

Da Proteção à Saúde e Segurança

Art. 8º Os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretarão riscos à saúde ou segurança dos consumidores, exceto os considerados normais e previsíveis em decorrência de sua natureza e fruição, obrigando-se os fornecedores, em qualquer hipótese, a dar as informações necessárias e adequadas a seu respeito.

Parágrafo único. Em se tratando de produto industrial, ao fabricante cabe prestar as informações a que se refere este artigo, através de impressos apropriados que devam acompanhar o produto.

Art. 9º 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.

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.

§ 1º 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.

§ 2º 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.

§ 3º 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.

Art. 11. (Vetado).

SEÇÃO II

Da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço

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 de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

§ 1º O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I – sua apresentação;

II – o uso e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III – a época em que foi colocado em circulação.

§ 2º O produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado.

§ 3º O fabricante, o construtor, o produtor ou importador só não será responsabilizado quando provar:

I – que não colocou o produto no mercado;

II – que, embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;

III – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Art. 13. O comerciante é igualmente responsável, nos termos do artigo anterior, quando:

I – o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador não puderem ser identificados;

II – o produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;

III – não conservar adequadamente os produtos perecíveis.

Parágrafo único. Aquele que efetivar o pagamento ao prejudicado poderá exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, seguindo sua participação na causação do evento danoso.

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos relativos à prestação dos serviços, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua fruição e riscos.

§ 1º O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais:

I – o modo de seu fornecimento;

II – o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam;

III – a época em que foi fornecido.

§ 2º O serviço não é considerado defeituoso pela adoção de novas técnicas.

§ 3º O fornecedor de serviços só não será responsabilizado quando provar:

I – que, tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;

II – a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiro.

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

Art. 15. (Vetado).

Art. 16. (Vetado).

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

SEÇÃO III

Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se

destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

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

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

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

III – o abatimento proporcional do preço.

§ 2º Poderão as partes convencionar a redução ou ampliação do prazo previsto no parágrafo anterior, não podendo ser inferior a sete nem superior a cento e oitenta dias. Nos contratos de adesão, a cláusula de prazo deverá ser convencionada em separado, por meio de manifestação expressa do consumidor.

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

§ 4º Tendo o consumidor optado pela alternativa do inciso I do § 1º deste artigo, e não sendo possível a substituição do bem, poderá haver substituição por outro de espécie, marca ou modelo diversos, mediante complementação ou restituição de eventual diferença de preço, sem prejuízo do disposto nos incisos II e III do § 1º deste artigo.

§ 5º No caso de fornecimento de produtos in natura, será responsável perante o consumidor o fornecedor imediato, exceto quando identificado claramente seu produtor.

§ 6º São impróprios ao uso e consumo:

I – os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos;

II – os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, nocivos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação;

III – os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam.

Art. 19. Os fornecedores respondem solidariamente pelos vícios de quantidade do produto sempre que, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, seu conteúdo líquido for inferior às indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou de mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – o abatimento proporcional do preço;

II – complementação do peso ou medida;

III – a substituição do produto por outro da mesma espécie, marca ou modelo, sem os aludidos vícios;

IV – a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos.

§ 1º Aplica-se a este artigo o disposto no § 4º do artigo anterior.

§ 2º O fornecedor imediato será responsável quando fizer a pesagem ou a medição e o instrumento utilizado não estiver aferido segundo os padrões oficiais.

Art. 20. O fornecedor de serviços responde pelos vícios de qualidade que os tornem impróprios ao consumo ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade com as indicações constantes da oferta ou mensagem publicitária, podendo o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I – a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;

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

III – o abatimento proporcional do preço.

§ 1º A reexecução dos serviços poderá ser confiada a terceiros devidamente capacitados, por conta e risco do fornecedor.

§ 2º São impróprios os serviços que se mostrem inadequados para os fins que razoavelmente deles se esperam, bem como aqueles que não atendam as normas regulamentares de prestabilidade.

Art. 21. No fornecimento de serviços que tenham por objetivo a reparação de qualquer produto considerar-se-á implícita a obrigação do fornecedor de empregar componentes de reposição originais adequados e novos, ou que mantenham as especificações técnicas do fabricante, salvo, quanto a estes últimos, autorização em contrário do consumidor.

Art. 22. Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Parágrafo único. Nos casos de descumprimento, total ou parcial, das obrigações referidas neste artigo, serão as pessoas jurídicas compelidas a cumpri-las e a reparar os danos causados, na forma prevista neste código.

Art. 23. A ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade.

Art. 24. A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expreso, vedada a exoneração contratual do fornecedor.

Art. 25. É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonere ou atenuie a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.

§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.

SEÇÃO IV

Da Decadência e da Prescrição

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:

I – trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;

II – noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis.

§ 1º Inicia-se a contagem do prazo decadencial a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços.

§ 2º Obstat a decadência:

I – a reclamação comprovadamente formulada pelo consumidor perante o fornecedor de produtos e serviços até a resposta negativa correspondente, que deve ser transmitida de forma inequívoca;

II – (Vetado).

III – a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.

§ 3º Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

Art. 27. Prescreve em cinco anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço prevista na Seção II deste Capítulo, iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria.

Parágrafo único. (Vetado).

SEÇÃO V

Da Desconsideração da Personalidade Jurídica

Art. 28. O juiz poderá desconsiderar a personalidade jurídica da sociedade quando, em detrimento do consumidor, houver abuso de direito, excesso de poder, infração da lei, fato ou ato ilícito ou violação dos estatutos ou contrato social. A desconsideração também será efetivada quando houver falência, estado de insolvência, encerramento ou inatividade da pessoa jurídica provocados por má administração.

§ 1º (Vetado).

§ 2º As sociedades integrantes dos grupos societários e as sociedades controladas, são subsidiariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 3º As sociedades consorciadas são solidariamente responsáveis pelas obrigações decorrentes deste código.

§ 4º As sociedades coligadas só responderão por culpa.

§ 5º Também poderá ser desconsiderada a pessoa jurídica sempre que sua personalidade for, de alguma forma, obstáculo ao ressarcimento de prejuízos causados aos consumidores.

CAPÍTULO V
Das Práticas Comerciais
SEÇÃO I
Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

SEÇÃO II
Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

- I – exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;
- II – aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;
- III – rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

SEÇÃO III Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

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.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

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

§ 4º (Vetado).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

SEÇÃO IV Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

I – condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II – recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III – enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV – prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V – exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI – executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII – repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII – colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX – recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

~~X – (Vetado):~~

X – elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Incluído pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

XI – Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da converção na Lei nº 9.870, de 23.11.1999

XII – deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Incluído pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

XIII – aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Incluído pela Lei nº 9.870, de 23.11.1999)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis.

SEÇÃO V

Da Cobrança de Dívidas

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

SEÇÃO VI

Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (Vetado).

CAPÍTULO VI
Da Proteção Contratual
SEÇÃO I
Disposições Gerais

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigam os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Art. 47. As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor.

Art. 48. As declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor, ensejando inclusive execução específica, nos termos do art. 84 e parágrafos.

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Art. 50. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

Parágrafo único. O termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações.

SEÇÃO II

Das Cláusulas Abusivas

Art. 51. São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que:

I – impossibilitem, exonerem ou atenuem a responsabilidade do fornecedor por vícios de qualquer natureza dos produtos e serviços ou impliquem renúncia ou disposição de direitos. Nas relações de consumo entre o fornecedor e o consumidor pessoa jurídica, a indenização poderá ser limitada, em situações justificáveis;

II – subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;

III – transfiram responsabilidades a terceiros;

IV – estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;

V – (Vetado);

VI – estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;

VII – determinem a utilização compulsória de arbitragem;

VIII – imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;

IX – deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;

X – permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;

XI – autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;

XII – obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;

XIII – autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;

XIV – infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais;

XV – estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;

XVI – possibilitem a renúncia do direito de indenização por benfeitorias necessárias.

§ 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vontade que:

I – ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;

II – restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;

III – se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso.

§ 2º A nulidade de uma cláusula contratual abusiva não invalida o contrato, exceto quando de sua ausência, apesar dos esforços de integração, decorrer ônus excessivo a qualquer das partes.

§ 3º (Vetado).

§ 4º É facultado a qualquer consumidor ou entidade que o representante requerer ao Ministério Público que ajuíze a competente ação para ser declarada a nulidade de cláusula contratual que contrarie o disposto neste código ou de qualquer forma não assegure o justo equilíbrio entre direitos e obrigações das partes.

Art. 52. No fornecimento de produtos ou serviços que envolva outorga de crédito ou concessão de financiamento ao consumidor, o fornecedor deverá, entre outros requisitos, informá-lo prévia e adequadamente sobre:

I – preço do produto ou serviço em moeda corrente nacional;

II – montante dos juros de mora e da taxa efetiva anual de juros;

III – acréscimos legalmente previstos;

IV – número e periodicidade das prestações;

V – soma total a pagar, com e sem financiamento.

§ 1º As multas de mora decorrentes do inadimplemento de obrigações no seu termo não poderão ser superiores a dois por cento do valor da prestação. (Redação dada pela Lei nº 9.298, de 1º.8.1996)

§ 2º É assegurado ao consumidor a liquidação antecipada do débito, total ou parcialmente, mediante redução proporcional dos juros e demais acréscimos.

§ 3º (Vetado).

Art. 53. Nos contratos de compra e venda de móveis ou imóveis mediante pagamento em prestações, bem como nas alienações fiduciárias

em garantia, consideram-se nulas de pleno direito as cláusulas que estabeleçam a perda total das prestações pagas em benefício do credor que, em razão do inadimplemento, pleitear a resolução do contrato e a retomada do produto alienado.

§ 1º (Vetado).

§ 2º Nos contratos do sistema de consórcio de produtos duráveis, a compensação ou a restituição das parcelas quitadas, na forma deste artigo, terá descontada, além da vantagem econômica auferida com a fruição, os prejuízos que o desistente ou inadimplente causar ao grupo.

§ 3º Os contratos de que trata o caput deste artigo serão expressos em moeda corrente nacional.

SEÇÃO III Dos Contratos de Adesão

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

§ 5º (Vetado)

CAPÍTULO VII
Das Sanções Administrativas
(Vide Lei nº 8.656, de 1993)

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

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

§ 2º (Vetado).

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

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

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I – multa;
- II – apreensão do produto;
- III – inutilização do produto;
- IV – cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V – proibição de fabricação do produto;
- VI – suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII – suspensão temporária de atividade;
- VIII – revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX – cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X – interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI – intervenção administrativa;

XII – imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. (Redação dada pela Lei nº 8.656, de 21.5.1993)

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. (Parágrafo acrescentado pela Lei nº 8.703, de 6.9.1993)

Art. 58. As penas de apreensão, de inutilização de produtos, de proibição de fabricação de produtos, de suspensão do fornecimento de produto ou serviço, de cassação do registro do produto e revogação da concessão ou permissão de uso serão aplicadas pela administração, mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando forem constatados vícios de quantidade ou de qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço.

Art. 59. As penas de cassação de alvará de licença, de interdição e de suspensão temporária da atividade, bem como a de intervenção administrativa, serão aplicadas mediante procedimento administrativo, assegurada ampla defesa, quando o fornecedor reincidir na prática das infrações de maior gravidade previstas neste código e na legislação de consumo.

§ 1º A pena de cassação da concessão será aplicada à concessionária de serviço público, quando violar obrigação legal ou contratual.

§ 2º A pena de intervenção administrativa será aplicada sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

§ 3º Pendendo ação judicial na qual se discuta a imposição de penalidade administrativa, não haverá reincidência até o trânsito em julgado da sentença.

Art. 60. A imposição de contrapropaganda será cominada quando o fornecedor incorrer na prática de publicidade enganosa ou abusiva, nos termos do art. 36 e seus parágrafos, sempre às expensas do infrator.

§ 1º A contrapropaganda será divulgada pelo responsável da mesma forma, frequência e dimensão e, preferencialmente no mesmo veículo, local, espaço e horário, de forma capaz de desfazer o malefício da publicidade enganosa ou abusiva.

§ 2º (Vetado)

§ 3º (Vetado).

TÍTULO II

Das Infrações Penais

Art. 61. Constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes.

Art. 62. (Vetado).

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade:

Pena – Detenção de seis meses a dois anos e multa.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado:

Pena – Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo.

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente:

Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa.

Parágrafo único. As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços:

Pena – Detenção de três meses a um ano e multa.

§ 1º Incurrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.

§ 2º Se o crime é culposo;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

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.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena – Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena Detenção de três meses a um ano e multa.

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros:

Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata:

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo;

Pena Detenção de um a seis meses ou multa.

Art. 75. Quem, de qualquer forma, concorrer para os crimes referidos neste código, incide as penas a esses cominadas na medida de sua culpabilidade, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos ou a oferta e prestação de serviços nas condições por ele proibidas.

Art. 76. São circunstâncias agravantes dos crimes tipificados neste código:

I – serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;

II – ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

III – dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;

IV – quando cometidos:

a) por servidor público, ou por pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;

b) em detrimento de operário ou rurícola; de menor de dezoito ou maior de sessenta anos ou de pessoas portadoras de deficiência mental interdidas ou não;

V – serem praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais .

Art. 77. A pena pecuniária prevista nesta Seção será fixada em dias-multa, correspondente ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa da liberdade cominada ao crime. Na individualização desta multa, o juiz observará o disposto no art. 60, §1º do Código Penal.

Art. 78. Além das penas privativas de liberdade e de multa, podem ser impostas, cumulativa ou alternadamente, observado o disposto nos arts. 44 a 47, do Código Penal:

I – a interdição temporária de direitos;

II – a publicação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, às expensas do condenado, de notícia sobre os fatos e a condenação;

III – a prestação de serviços à comunidade.

Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

Parágrafo único. Se assim recomendar a situação econômica do indiciado ou réu, a fiança poderá ser:

- a) reduzida até a metade do seu valor mínimo;
- b) aumentada pelo juiz até vinte vezes.

Art. 80. No processo penal atinente aos crimes previstos neste código, bem como a outros crimes e contravenções que envolvam relações de consumo, poderão intervir, como assistentes do Ministério Público, os legitimados indicados no art. 82, inciso III e IV, aos quais também é facultado propor ação penal subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

TÍTULO III

Da Defesa do Consumidor em Juízo

CAPÍTULO I

Disposições Gerais

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I – interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II – interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III – interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

I – o Ministério Público,

II – a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III – as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV – as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (Vetado).

§ 3º (Vetado).

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 84. Na ação que tenha por objeto o cumprimento da obrigação de fazer ou não fazer, o juiz concederá a tutela específica da obrigação ou determinará providências que assegurem o resultado prático equivalente ao do adimplemento.

§ 1º A conversão da obrigação em perdas e danos somente será admissível se por elas optar o autor ou se impossível a tutela específica ou a obtenção do resultado prático correspondente.

§ 2º A indenização por perdas e danos se fará sem prejuízo da multa (art. 287, do Código de Processo Civil).

§ 3º Sendo relevante o fundamento da demanda e havendo justificado receio de ineficácia do provimento final, é lícito ao juiz conceder a tutela liminarmente ou após justificação prévia, citado o réu.

§ 4º O juiz poderá, na hipótese do § 3º ou na sentença, impor multa diária ao réu, independentemente de pedido do autor, se for suficiente ou compatível com a obrigação, fixando prazo razoável para o cumprimento do preceito.

§ 5º Para a tutela específica ou para a obtenção do resultado prático equivalente, poderá o juiz determinar as medidas necessárias, tais

como busca e apreensão, remoção de coisas e pessoas, desfazimento de obra, impedimento de atividade nociva, além de requisição de força policial.

Art. 85. (Vetado).

Art. 86. (Vetado).

Art. 87. Nas ações coletivas de que trata este código não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogados, custas e despesas processuais.

Parágrafo único. Em caso de litigância de má-fé, a associação autora e os diretores responsáveis pela propositura da ação serão solidariamente condenados em honorários advocatícios e ao décuplo das custas, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos.

Art. 88. Na hipótese do art. 13, parágrafo único deste código, a ação de regresso poderá ser ajuizada em processo autônomo, facultada a possibilidade de prosseguir-se nos mesmos autos, vedada a denúncia da lide.

Art. 89. (Vetado)

Art. 90. Aplicam-se às ações previstas neste título as normas do Código de Processo Civil e da Lei n° 7.347, de 24 de julho de 1985, inclusive no que respeita ao inquérito civil, naquilo que não contrariar suas disposições.

CAPÍTULO II

Das Ações Coletivas Para a Defesa de Interesses Individuais Homogêneos

Art. 91. Os legitimados de que trata o art. 82 poderão propor, em nome próprio e no interesse das vítimas ou seus sucessores, ação civil coletiva de responsabilidade pelos danos individualmente sofridos, de acordo com o disposto nos artigos seguintes. (Redação dada pela Lei n° 9.008, de 21.3.1995)

Art. 92. O Ministério Público, se não ajuizar a ação, atuará sempre como fiscal da lei.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 93. Ressalvada a competência da Justiça Federal, é competente para a causa a justiça local:

I – no foro do lugar onde ocorreu ou deva ocorrer o dano, quando de âmbito local;

II – no foro da Capital do Estado ou no do Distrito Federal, para os danos de âmbito nacional ou regional, aplicando-se as regras do Código de Processo Civil aos casos de competência concorrente.

Art. 94. Proposta a ação, será publicado edital no órgão oficial, a fim de que os interessados possam intervir no processo como litisconsortes, sem prejuízo de ampla divulgação pelos meios de comunicação social por parte dos órgãos de defesa do consumidor.

Art. 95. Em caso de procedência do pedido, a condenação será genérica, fixando a responsabilidade do réu pelos danos causados.

Art. 96. (Vetado).

Art. 97. A liquidação e a execução de sentença poderão ser promovidas pela vítima e seus sucessores, assim como pelos legitimados de que trata o art. 82.

Parágrafo único. (Vetado).

Art. 98. A execução poderá ser coletiva, sendo promovida pelos legitimados de que trata o art. 82, abrangendo as vítimas cujas indenizações já tiveram sido fixadas em sentença de liquidação, sem prejuízo do ajuizamento de outras execuções. (Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995)

§ 1º A execução coletiva far-se-á com base em certidão das sentenças de liquidação, da qual deverá constar a ocorrência ou não do trânsito em julgado.

§ 2º É competente para a execução o juízo:

I – da liquidação da sentença ou da ação condenatória, no caso de execução individual;

II – da ação condenatória, quando coletiva a execução.

Art. 99. Em caso de concurso de créditos decorrentes de condenação prevista na Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985 e de indenizações pelos prejuízos individuais resultantes do mesmo evento danoso, estas terão preferência no pagamento.

Parágrafo único. Para efeito do disposto neste artigo, a destinação da importância recolhida ao fundo criado pela Lei nº 7.347 de 24 de julho de 1985, ficará sustada enquanto pendentes de decisão de segundo grau

as ações de indenização pelos danos individuais, salvo na hipótese de o patrimônio do devedor ser manifestamente suficiente para responder pela integralidade das dívidas.

Art. 100. Decorrido o prazo de um ano sem habilitação de interessados em número compatível com a gravidade do dano, poderão os legitimados do art. 82 promover a liquidação e execução da indenização devida.

Parágrafo único. O produto da indenização devida reverterá para o fundo criado pela Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985.

CAPÍTULO III

Das Ações de Responsabilidade do Fornecedor de Produtos e Serviços

Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:

I – a ação pode ser proposta no domicílio do autor;

II – o réu que houver contratado seguro de responsabilidade poderá chamar ao processo o segurador, vedada a integração do contraditório pelo Instituto de Resseguros do Brasil. Nesta hipótese, a sentença que julgar procedente o pedido condenará o réu nos termos do art. 80 do Código de Processo Civil. Se o réu houver sido declarado falido, o síndico será intimado a informar a existência de seguro de responsabilidade, facultando-se, em caso afirmativo, o ajuizamento de ação de indenização diretamente contra o segurador, vedada a denunciação da lide ao Instituto de Resseguros do Brasil e dispensado o litisconsórcio obrigatório com este.

Art. 102. Os legitimados a agir na forma deste código poderão propor ação visando compelir o Poder Público competente a proibir, em todo o território nacional, a produção, divulgação distribuição ou venda, ou a determinar a alteração na composição, estrutura, fórmula ou acondicionamento de produto, cujo uso ou consumo regular se revele nocivo ou perigoso à saúde pública e à incolumidade pessoal.

§ 1º (Vetado).

§ 2º (Vetado)

CAPÍTULO IV

Da Coisa Julgada

Art. 103. Nas ações coletivas de que trata este código, a sentença fará coisa julgada:

I – erga omnes, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipótese em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação, com idêntico fundamento valendo-se de nova prova, na hipótese do inciso I do parágrafo único do art. 81;

II – ultra partes, mas limitadamente ao grupo, categoria ou classe, salvo improcedência por insuficiência de provas, nos termos do inciso anterior, quando se tratar da hipótese prevista no inciso II do parágrafo único do art. 81;

III – erga omnes, apenas no caso de procedência do pedido, para beneficiar todas as vítimas e seus sucessores, na hipótese do inciso III do parágrafo único do art. 81.

§ 1º Os efeitos da coisa julgada previstos nos incisos I e II não prejudicarão interesses e direitos individuais dos integrantes da coletividade, do grupo, categoria ou classe.

§ 2º Na hipótese prevista no inciso III, em caso de improcedência do pedido, os interessados que não tiverem intervindo no processo como litisconsortes poderão propor ação de indenização a título individual.

§ 3º Os efeitos da coisa julgada de que cuida o art. 16, combinado com o art. 13 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, não prejudicarão as ações de indenização por danos pessoalmente sofridos, propostas individualmente ou na forma prevista neste código, mas, se procedente o pedido, beneficiarão as vítimas e seus sucessores, que poderão proceder à liquidação e à execução, nos termos dos arts. 96 a 99.

§ 4º Aplica-se o disposto no parágrafo anterior à sentença penal condenatória.

Art. 104. As ações coletivas, previstas nos incisos I e II e do parágrafo único do art. 81, não induzem litispendência para as ações individuais, mas os efeitos da coisa julgada erga omnes ou ultra partes a que aludem os incisos II e III do artigo anterior não beneficiarão os autores das ações individuais, se não for requerida sua suspensão no prazo de trinta dias, a contar da ciência nos autos do ajuizamento da ação coletiva.

TÍTULO IV

Do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Art. 105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor.

Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:

I – planejar, elaborar, propor, coordenar e executar a política nacional de proteção ao consumidor;

II – receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas, denúncias ou sugestões apresentadas por entidades representativas ou pessoas jurídicas de direito público ou privado;

III – prestar aos consumidores orientação permanente sobre seus direitos e garantias;

IV – informar, conscientizar e motivar o consumidor através dos diferentes meios de comunicação;

V – solicitar à polícia judiciária a instauração de inquérito policial para a apreciação de delito contra os consumidores, nos termos da legislação vigente;

VI – representar ao Ministério Público competente para fins de adoção de medidas processuais no âmbito de suas atribuições;

VII – levar ao conhecimento dos órgãos competentes as infrações de ordem administrativa que violarem os interesses difusos, coletivos, ou individuais dos consumidores;

VIII – solicitar o concurso de órgãos e entidades da União, Estados, do Distrito Federal e Municípios, bem como auxiliar a fiscalização de preços, abastecimento, quantidade e segurança de bens e serviços;

IX – incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais;

X – (Vetado).

XI – (Vetado).

XII – (Vetado)

XIII – desenvolver outras atividades compatíveis com suas finalidades.

Parágrafo único. Para a consecução de seus objetivos, o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor poderá solicitar o concurso de órgãos e entidades de notória especialização técnico-científica.

TÍTULO V

Da Convenção Coletiva de Consumo

Art. 107. As entidades civis de consumidores e as associações de fornecedores ou sindicatos de categoria econômica podem regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições relativas ao preço, à qualidade, à quantidade, à garantia e características de produtos e serviços, bem como à reclamação e composição do conflito de consumo.

§ 1º A convenção tornar-se-á obrigatória a partir do registro do instrumento no cartório de títulos e documentos.

§ 2º A convenção somente obrigará os filiados às entidades signatárias.

§ 3º Não se exime de cumprir a convenção o fornecedor que se desligar da entidade em data posterior ao registro do instrumento.

Art. 108. (Vetado).

TÍTULO VI

Disposições Finais

Art. 109. (Vetado).

Art. 110. Acrescente-se o seguinte inciso IV ao art. 1º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985:

“IV – a qualquer outro interesse difuso ou coletivo”.

Art. 111. O inciso II do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

“II – inclua, entre suas finalidades institucionais, a proteção ao meio ambiente, ao consumidor, ao patrimônio artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico, ou a qualquer outro interesse difuso ou coletivo”.

Art. 112. O § 3º do art. 5º da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

“§ 3º Em caso de desistência infundada ou abandono da ação por associação legitimada, o Ministério Público ou outro legitimado assumirá a titularidade ativa”.

Art. 113. Acrescente-se os seguintes §§ 4º, 5º e 6º ao art. 5º. da Lei n.º 7.347, de 24 de julho de 1985:

§ 4.º O requisito da pré-constituição poderá ser dispensado pelo juiz, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 5.º Admitir-se-á o litisconsórcio facultativo entre os Ministérios Públicos da União, do Distrito Federal e dos Estados na defesa dos interesses e direitos de que cuida esta lei. (Vide Mensagem de veto) (Vide REsp 222582 /MG – STJ)

§ 6º Os órgãos públicos legitimados poderão tomar dos interessados compromisso de ajustamento de sua conduta às exigências legais, mediante combinações, que terá eficácia de título executivo extrajudicial”. (Vide Mensagem de veto) (Vide REsp 222582 /MG – STJ)

Art. 114. O art. 15 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passa a ter a seguinte redação:

“Art. 15. Decorridos sessenta dias do trânsito em julgado da sentença condenatória, sem que a associação autora lhe promova a execução, deverá fazê-lo o Ministério Público, facultada igual iniciativa aos demais legitimados”.

Art. 115. Suprima-se o caput do art. 17 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passando o parágrafo único a constituir o caput, com a seguinte redação:

“Art. 17. Em caso de litigância de má-fé, a associação autora e os diretores responsáveis pela propositura da ação serão solidariamente condenados em honorários advocatícios e ao décuplo das custas, sem prejuízo da responsabilidade por perdas e danos”.

Art. 116. Dê-se a seguinte redação ao art. 18 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985:

“Art. 18. Nas ações de que trata esta lei, não haverá adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despe-

sas, nem condenação da associação autora, salvo comprovada má-fé, em honorários de advogado, custas e despesas processuais”.

Art. 117. Acrescente-se à Lei n° 7.347, de 24 de julho de 1985, o seguinte dispositivo, renumerando-se os seguintes:

“Art. 21. Aplicam-se à defesa dos direitos e interesses difusos, coletivos e individuais, no que for cabível, os dispositivos do Título III da lei que instituiu o Código de Defesa do Consumidor”.

Art. 118. Este código entrará em vigor dentro de cento e oitenta dias a contar de sua publicação.

Art. 119. Revogam-se as disposições em contrário.

Brasília, 11 de setembro de 1990; 169° da Independência e 102° da República.

FERNANDO COLLOR
Bernardo Cabral
Zélia M. Cardoso de Mello
Ozires Silva

ATIVIDADES

1 – (MP-BA/2004) Assinale a alternativa que preenche, correta e respectivamente, as lacunas do texto abaixo, que diz respeito ao direito do consumidor.

Prescreve em _____ anos a pretensão à reparação pelos danos causados por fato do produto ou do serviço (acidente de consumo), iniciando-se a contagem do prazo a partir do conhecimento do dano e de sua autoria. O direito de reclamar pelos vícios ocultos, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis, caduca em _____ dias.

- a. 3 (três) – 30 (trinta);
- b. 3 (três) – 90 (noventa);
- c. 5 (cinco) – 90 (noventa);
- d. 5 (cinco) – 180 (cento e oitenta);
- e. 10 (dez) – 180 (cento e oitenta).

2 – (JUIZ –PA/2002) José adquiriu fogão da empresa Y, fabricado pela empresa X. Após ter sido instalado, o fogão provocou incêndio na casa de José e na de seu vizinho João.

Em face à situação hipotética apresentada, julgue os seguintes itens (V ou F):

- a. João fica equiparado a consumidor, podendo exigir reparação dos fornecedores pelos prejuízos decorrentes do incêndio; ()
- b. O dever da empresa X de ressarcir os prejuízos provocados pelo incêndio a José estão relacionados à responsabilidade pelo fato do produto; ()
- c. Pelo vício do produto, a empresa X responde independentemente de culpa; a responsabilidade pelo vício do produto da empresa Y, todavia, dependerá de prévia demonstração de culpa; ()
- d. O contrato a ser celebrado entre José e a empresa Y poderá definir cláusula, desde que redigida com o devido desta-

- que, em que se estipule que a responsabilidade desse fornecedor dependerá de prévia demonstração de culpa; ()
- e. Caso José seja comerciante e tenha ele adquirido o produto com vistas a revendê-lo, a relação entre José e a empresa Y continuará a ser de consumo, haja vista ser José pessoa física. ()

3 – Acerca dos princípios que regem as relações de consumo e os direitos do consumidor, coloque verdadeiro ou falso:

- a. A política nacional de relações de consumo tem como princípio o pressuposto de que o consumidor é a parte mais vulnerável na relação de consumo; ()
- b. A publicidade abusiva, mesmo que condenável, não se insere no âmbito de proteção do direito do consumidor; ()
- c. Não se insere entre os direitos do consumidor a prevenção de danos morais; ()
- d. Para que haja inversão do ônus da prova, é necessária a hipossuficiência do consumidor; ()
- e. Como forma de facilitar a defesa dos direitos do consumidor, o ordenamento jurídico brasileiro estabeleceu a inversão do ônus da prova, tanto no processo civil quanto no penal. ()

4 – (DEFENSOR PÚBLICO-MA/2003) Considere as seguintes afirmações em relação ao vício do produto:

I – Não sendo sanado em 30 dias, o consumidor pode exigir, a critério do fornecedor, a substituição do produto ou a restituição imediata da quantia paga;

II – Não sendo sanado em 30 dias, o consumidor pode exigir, à sua escolha e alternativamente, a substituição do produto por outro ou a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;

III – Não sendo sanado em 15 dias, o consumidor pode exigir o abatimento proporcional do preço;

IV – Não sendo sanado em 15 dias, o consumidor pode exigir a restituição imediata da quantia paga ou a substituição do produto, com prejuízo, nesse caso, de eventuais perdas e danos.

Somente está correto o que se afirma em:

- a. I;
- b. II;
- c. III;
- d. IV;
- e. III e IV.

5 – (MP-MG/2003) Assinale a alternativa INCORRETA. No sistema do Código de Defesa do Consumidor, a caracterização do vício do produto gerador de obrigação de redibir exige os seguintes pressupostos:

- a. Causa anterior à tradição;
- b. Contrato de consumo;
- c. Defeito de quantidade ou qualidade;
- d. Impossibilidade de substituição de partes viciadas;
- e. Inadequação do produto ou diminuição de seu valor. .

6 – Julgue como verdadeiro ou falso. O comerciante é igualmente responsável pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de fabricação de produtos, quando:

- a) Deixar de exigir do fabricante o certificado de qualidade expedido pelo órgão competente. ()
- b) O produto for fornecido sem identificação clara do seu fabricante.
- c) Sendo identificado o fabricante do produto perecível, este não for conservado adequadamente. ()
- d) Mesmo sendo identificado o fabricante, pelo simples fato de assumir de forma implícita, a responsabilidade pela comercialização do produto. ()
- e) O fabricante não puder ser identificado. ()

7 – Julgue como verdadeiro ou falso. Não sendo sanado o vício de qualidade no prazo:

- a) Máxima de trinta dias, pode o consumidor exigir a substituição da produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso. ()
- b) Fixado no certificado de garantia, pode o consumidor exigir, alternativamente, a restituição da quantia paga ou o abatimento proporcional do preço. ()
- c) Máximo de quinze dias, pode o consumidor requerer a substituição da quantia paga, monetariamente atualizada, ou o abatimento proporcional do preço. ()
- d) De até trinta dias, pode o consumidor exigir o abatimento proporcional do preço. ()
- e) Máximo de sessenta dias, o consumidor poderá solicitar o abatimento proporcional do preço. ()
- f) De até noventa dias, o consumidor poderá optar pela restituição da quantia paga, monetariamente atualizada, ou o abatimento proporcional do preço. ()

8 – É vedado ao fornecedor de produtos e serviços, exceto:

- a) Condicionar o fornecimento de serviço, sem justa causa, a limites qualitativos.
- b) Entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, amostra grátis de qualquer produto.
- c) Condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço.
- d) Deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a critério exclusivo do consumidor.

9 – Julgue como verdadeiro ou falso. O Consumidor pode desistir do contrato, no prazo de :

- a) Dez dias a contar de sua assinatura, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial. ()
- b) Quinze dias a contar do ato de recebimento do produto, sempre que a contratação de fornecimento de produto ocorrer por telefone. ()

- c-) Três dias úteis a contar de sua assinatura, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer por via postal. ()
- d-) Sete dias a contar de sua assinatura, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer por telefone. ()
- e-) Quinze dias a contar de sua assinatura, sempre que a contratação ocorrer fora do estabelecimento comercial. ()
- f-) Sete dias a contar do ato de recebimento do produto, sempre que a contratação de fornecimento de produto ocorrer a domicílio. ()

10 – O Código de Defesa do Consumidor trouxe significativa contribuição à disciplina da responsabilidade civil, tanto contratual como extracontratual, ampliando e reforçando sua extensão com o objetivo de proteger o consumidor contra vícios ou defeitos de produtos e serviços oferecidos no mercado. Com relação a esse assunto, assinale a opção correta.

- a) Constatado vício de qualidade no produto que o torne impróprio para consumo, a lei concede ao fornecedor a oportunidade de saná-lo no prazo de 30 dias.
- b) Os produtos oferecidos no mercado não poderão oferecer riscos à vida, à saúde e à segurança do consumidor, sob pena de ocasionarem a responsabilidade do fornecedor.
- c) As sanções por vícios de qualidade nos produtos objetivam resguardar o consumidor de falhas ocultas do produto ou do serviço, conferindo-lhe prazo de reclamação que se inicia na data em que for evidenciado o defeito.
- d) A responsabilidade por informações falsas ou inexatas, no conteúdo da embalagem de produto, referentes ao seu conteúdo líquido, limita-se ao fabricante e não atinge os demais fornecedores, em razão da impossibilidade objetiva de causarem ou conhecerem tal vício.

- e) Nas compras fora do estabelecimento do fornecedor, a remessa de bens em quantidade inferior ao acordado e pago pelo consumidor caracterizará vício de quantidade nos produtos.

11 – Para melhor disciplinar o exercício da profissão de empresário no que se refere ao respeito pelos direitos dos consumidores, o Código de Defesa do Consumidor regulou aspectos relevantes das práticas comerciais, particularmente quanto à oferta e à publicidade de produtos e serviços. Acerca dessa disciplina, assinale a opção correta.

- a) Aprovado o orçamento prévio de fornecimento de serviço, o consumidor terá até 7 dias para, unilateralmente, desistir do negócio.
- b) O fabricante ou o importador assegurarão a oferta de componentes e peças de reposição do produto enquanto eles estiverem sendo vendidos no mercado.
- c) É vedado ao fornecedor condicionar os limites quantitativos do fornecimento de produtos, de modo a estabelecer que a aquisição versará sobre limite mínimo ou máximo de unidades.
- d) A publicidade será enganadora por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou do serviço.
- e) O fornecedor poderá enviar, sem solicitação prévia, qualquer propaganda ou produto ao consumidor, desde que isso não acarrete nenhum prejuízo ao destinatário.

12 – Sobre produtos no CDC:

- (a) O produto é defeituoso quando não oferece a segurança que dele legitimamente se espera.
- (b) O produto não é considerado defeituoso quando outro produto de melhor qualidade é colocado no mercado;
- (c) Qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falso,

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, constitui-se como publicidade enganosa;

(d) São impróprios ao uso e consumo os produtos cujos prazos de validade estejam vencidos; os produtos deteriorados, alterados, adulterados, avariados, falsificados, corrompidos, fraudados, noci-vos à vida ou à saúde, perigosos ou, ainda, aqueles em desacordo com as normas regulamentares de fabricação, distribuição ou apresentação; e, os produtos que, por qualquer motivo, se revelem inadequados ao fim a que se destinam;

(e) O serviço é defeituoso quando não fornece a segurança que o consumidor dele pode esperar, levando-se em consideração as circunstâncias relevantes, entre as quais: o modo de seu fornecimento; o resultado e os riscos que razoavelmente dele se esperam; e, a época em que foi fornecido;

(a) as letras "a", "c", e "d" estão corretas e as demais incorretas;

(b) as letras "a" e "b" estão corretas, "c" e "d" estão incorretas;

(c) as letras "a" e "d" estão corretas e as demais incorretas;

(d) todas as proposições são verdadeiras;

(e) todas as proposições são falsas;

GABARITO

1. C. 5 (cinco) – 90 (noventa);	V
2 V	7 V
V	F
F	F
F	V
F	F
3 V	F
F	8 B
F	9 F
F	F
F	F
4 B	V
5 D	F
6 V	V
V	10 A
V	11 D
V	12 D



MESA DIRETORA

Domingos Filho

Presidente

Gony Arruda

1º Vice-Presidente

Francisco Caminha

2º Vice-Presidente

José Albuquerque

1º Secretário

Fernando Hugo

2º Secretário

Osmar Baquit

3º Secretário

Sineval Roque

4º Secretário (em exercício)



Fale com a gente:

UNIVERSIDADE DO PARLAMENTO CEARENSE

Av. Pontes Vieira, 2391 – Dionísio Torres

Cep: 60.130-241

Fortaleza – Ceará – Brasil

Site: www.al.ce.gov.br/unipace

E-mail: unipace@al.ce.gov.br