

# CARTILHA DE DIREITOS DO CONSUMIDOR



COMISSÃO DE  
DIREITO DO  
CONSUMIDOR





## **AGRADECIMENTOS**

À Diretoria do Conselho Seccional da OAB do Distrito Federal, na pessoa do Excelentíssimo Senhor Presidente, Dr. Francisco Caputo, pelo despendimento de nos ter possibilitado o lançamento desta Cartilha.

Aos ilustres colegas, membros e colaboradores da Comissão de Direito do Consumidor, pela contribuição impecável na elaboração do texto, pelas judiciosas opiniões e pelas palavras de incentivo.

Ao Dr. Paulo Binicheski, Promotor de Justiça, Chefe da Primeira Promotoria de Defesa do Consumidor, por ter prefaciado a cartilha.

**José Vieira Alves**

Advogado e Presidente da Comissão de Direito do Consumidor



## APRESENTAÇÃO

A defesa e a fiscalização dos direitos do consumidor têm sido realizadas por órgãos governamentais de todas as esferas e por entidades privadas representativas. A Ordem dos Advogados do Brasil, principalmente, não se desvia do seu compromisso com a sociedade.

O principal mecanismo de proteção de direitos é a lei. Nesse aspecto, o consumidor se vê garantido, porque a legislação brasileira em sua proteção está entre as mais modernas do mundo. Vale lembrar, entretanto, que nada adiantará se o consumidor não tiver o conhecimento de seus direitos e a compreensão do conteúdo normativo para poder exigir respeito e transparência nas relações de consumo.

A lei é escrita em linguagem jurídica de cunho universal, aplicável a toda a sociedade em todos os seus níveis e para fatos diversos, devendo o cidadão comum ser esclarecido visando a um melhor entendimento do texto para dele usufruir.

Nesse sentido, a Comissão de Direito do Consumidor da OAB/DF, propondo mais difundir o Código de Defesa do Consumidor e esclarecer o consumidor sobre seus direitos, elaborou a presente Cartilha de Direito do Consumidor.

Há situações em que não sabemos se há proteção legal para nossos direitos ou se há órgãos a que podemos recorrer para reclamar, solicitar esclarecimentos ou solucionar um conflito.

Esta cartilha, além de trazer comentários de todos os títulos e seções do CDC, colaciona artigos de assuntos gerais, inclusive a respeito dos órgãos de defesa do consumidor existentes no Distrito Federal com respectivos endereços e telefones, conteúdo, sem dúvida, de grande utilidade para o leitor.

Esperamos alcançar o objetivo de prover aos consumidores esclarecimentos acerca de seus direitos.

**Francisco Caputo**

Presidente da Ordem dos Advogados do Brasil  
Seccional do Distrito Federal



## APRESENTAÇÃO

O empresário está sempre preocupado com a satisfação do cliente. E no nosso entendimento, para atender bem ou prestar um serviço de qualidade é preciso, sobretudo, respeitar o Código de Defesa do Consumidor. Com esta cartilha, a Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Distrito Federal ajuda a difundir a legislação que rege o consumo e se mantém ao lado da sociedade.

No nosso entendimento, é de suma importância que os consumidores saibam os seus direitos e deveres, até para que possam fiscalizar o cumprimento da lei e cobrar dos legisladores o seu aperfeiçoamento. Ao informar a população sobre os dispositivos legais, esta publicação cumpre seu objetivo e ainda vai além, ao trazer considerações didáticas e jurisprudências relacionadas ao tema.

Com o avanço da tecnologia e a expansão de novas formas de consumo, também é importante ficar atento às propostas de atualização do Código de Defesa do Consumidor. Não podemos nos esquecer que a lei precisa acompanhar algumas evoluções, como casos relacionados ao comércio eletrônico e aos diversos meios de pagamento surgidos nas últimas décadas.

Não nos parece justa, por exemplo, a falta de regulação e concorrência no mercado de cartões de crédito e débito no Brasil. Na última década, o mercado brasileiro de cartões cresceu à custa do dinheiro do consumidor e do empresário, o que nos preocupa. As altas taxas impostas pelas operadoras aos comerciantes chegam a valores inaceitáveis, o que é abusivo. Além disso, o ressarcimento da venda se dá num processo de mais de 30 dias úteis.

Essas taxas deveriam ser mais baixas, assim como o prazo de ressarcimento do valor devido para o empresário, até para que não seja necessária a fixação de preços diferentes para quem paga à vista ou com

cartão de crédito. Por essas e outras peculiaridades, é importante que o cidadão conheça os seus direitos. Assim, ele pode reivindicá-los. A Fecomércio-DF defende o consumidor e apoia essa causa.

**Adelmir Santana**

Presidente do Sistema Fecomércio-DF  
(Federação, Instituto Fecomércio, Sesc e Senac)



## PREFÁCIO

Recebi o honroso convite para prefaciar a obra coletiva “Cartilha de Direitos do Consumidor”, da Comissão de Direito do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil – Seccional do Distrito Federal, com muita satisfação e um misto de temor. A satisfação é pela honraria, e o temor é por não atender satisfatoriamente ao espírito do convite. Há, de minha parte, o compromisso subjacente na aceitação de tal mister com o objetivo de desempenhar o encargo da melhor forma possível e uma tentadora vontade de mergulhar nos textos escritos e dar opinião sobre cada assunto.

Porém, lembro da preciosa lição, contada por Plínio, o Velho. Apeles, famoso pintor da antiguidade, com o propósito de pintar quadro com a máxima perfeição, convidou um sapateiro para opinar sobre sapatos. O sapateiro, orgulhoso com a honraria, passou a opinar sobre detalhes diversos do quadro, no que foi prontamente interrompido por Apeles, com a frase *Ne sutor supra crepidam* (não vás além dos sapatos). Portanto, vou ficar com o que se espera de um prefácio. Apresentar a visão global da obra.

A cartilha representa a colaboração de notáveis profissionais do Direito, apresentando ao público uma visão atualizada de diversas nuances do Direito do Consumidor. A obra, mais do que uma cartilha, é um avanço na pesquisa jurídica do campo de aplicação do Direito do Consumidor.

Na cartilha, o leitor encontrará logo na introdução um ensaio formulado didaticamente para apresentar o Direito do Consumidor anteriormente à edição do texto legislado próprio, trazendo a lume a existência de leis protetivas do consumidor, a evolução legislativa e, finalmente, alguns direitos contemplados na novel legislação. O ensaio, sem dúvida, traz um estudo daquilo que a doutrinadora Cláudia Lima Marques nomina diálogo das fontes.

Mais adiante, há elaborados estudos sobre variados assuntos. Há um

ensaio sobre a Política Nacional das Relações de Consumo, certamente um campo que vai além da mera doutrina, pois deve refletir o compromisso do Estado brasileiro, dos agentes políticos, do mercado fornecedor, dos entes que promovem a defesa do consumidor, da própria Ordem dos Advogados do Brasil, com o que deve ser feito no mercado de consumo brasileiro, notadamente com vistas a alcançar o objetivo de harmonizar as relações de consumo.

A cartilha ainda traz variados ensaios. Da qualidade de produtos e serviços, prevenção e reparação de danos o conteúdo vai além da simples pretensão de uma cartilha. O leitor está honrado com preciosas lições da doutrina e da jurisprudência nos ensaios, o que também pode ser visto em toda a obra. O texto dos direitos básicos do consumidor contempla o leitor com a visão didática de oferecer os pontos necessários para a compreensão do assunto a que alude.

Quando a cartilha aborda a qualidade de produtos e serviços e outros temas correlatos, o leitor é brindado com as posições bem atuais da melhor doutrina e da jurisprudência dos mais importantes tribunais brasileiros.

A proteção contratual não foi esquecida. Recomendo a leitura, dado que o ensaio produzido aborda o que melhor existe no campo para o consumidor saber seus Direitos.

Não poderiam faltar, em uma cartilha como a presente, as lições referentes aos órgãos de proteção do consumidor, como é o caso do Procon, as sanções administrativas impostas aos fornecedores que faltam com o cumprimento de seus deveres. O leitor também encontrará no texto comentários elucidativos da parte penal que nosso Código traz, pois o CDC é um texto legal multidisciplinar.

O leitor foi contemplado com um excelente trabalho no tópico da defesa do consumidor em juízo. O autor do ensaio lembra, com propriedade, a possibilidade de utilização de medidas judiciais protetivas, inclusive com

a requisição de força policial para fazer cumprir as ordens judiciais em face do poder cautelar do juiz.

O ensaio do capítulo das ações coletivas, entre outras lições preciosas, traz o papel do Ministério Público na defesa dos interesses coletivos do consumidor, ressaltando a necessidade da presença do interesse social para dar legitimidade para a atuação. O leitor é brindado com o fruto da experiência profissional de seus autores.

Enfim, recomendo a leitura do ensaio da proteção do consumidor e o ensino privado. No ensaio, o autor destaca a quase predominância da iniciativa privada em setor tradicionalmente ocupado pelo Estado. Lembra que não se pode deixar o mercado atuar sem responsabilidade social e com vistas a atender o espírito do Código de Defesa do Consumidor.

A Seccional do Distrito Federal está de parabéns pelo engajamento efetivo na proteção do consumidor, importante ator do Sistema Nacional da defesa do consumidor.

O leitor é o grande beneficiário.

### **Paulo Roberto Binicheski**

Promotor de Justiça titular da 1ª Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor. Foi Promotor e Procurador de Justiça do MP do Estado de Roraima. É Mestre em Direito e doutorando pela Universidade de Lisboa. Professor de Direito do Consumidor do IESB-DF e autor do livro “Responsabilidade civil dos provedores de internet. Direito comparado e perspectivas de regulamentação no direito brasileiro”.



# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	17
TÍTULO I (CDC) – DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR	20
1. Disposições Gerais do Código de Defesa do Consumidor	20
CAPÍTULO II (CDC) – Da Política Nacional de Relações de Consumo (Art. 4º ao 5º)	24
2.1 Objetivo	24
2.2 Implementação	25
TÍTULO III (CDC) – Dos Direitos Básicos do Consumidor (art. 6º e 7º)	27
3.1 Direito de proteção à vida, à saúde e à segurança	27
3.2 Direito à educação para o consumo	28
3.3 Direito à informação	29
3.4 Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva	29
3.5 Direito à modificação ou revisão das cláusulas contratuais	30
3.6 Direito à reparação	31
3.7 Direito a acesso aos órgãos judiciários e administrativos e do Direito à facilitação da defesa	31
3.8 Direito à adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral	32
CAPÍTULO IV (CDC) – Da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e da Reparação dos Danos (8º ao 28)	33
Seção I – Da Proteção à Saúde e à Segurança	33
Seção II – Da Responsabilidade pelo Produto e Serviço	34
Seção III – Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço	37
Seção IV – Da Decadência e da Prescrição	38

Seção V – Da Desconsideração da Personalidade Jurídica	39
CAPÍTULO V (CDC) – Das Práticas Comerciais (art. 29 ao 45)	41
CAPÍTULO VI (CDC) – Da Proteção Contratual (art. 46 ao 54)	43
CAPÍTULO VII (CDC) – Das Sanções Administrativas (art. 55 a 60)	45
TÍTULO II (CDC) – Das Infrações Penais (61 a 80)	48
• Características	48
• Tipos Penais Específicos	50
TÍTULO III (CDC) – Da Defesa do Consumidor em Juízo (art. 81 a 90)	59
CAPÍTULO II (CDC) – Das Ações Coletivas para a Defesa de Interesses Individuais Homogêneos em Juízo (art. 91 a 100)	62
• Conceito	62
• Legitimidade do Ministério Público na Defesa do Consumidor	63
• Legitimidade da OAB na Defesa de Interesses do Consumidor	64
• Legitimidade dos Órgãos de Defesa do Consumidor para Defender Interesses do Consumidor	64
• Da Ação Coletiva e da Ação Civil Pública	65
CAPÍTULO III (CDC) – Das Ações de Responsabilidade de Produtos e Serviços (art. 101 a 102)	66
CAPÍTULO IV (CDC) – Da Coisa Julgada (art. 103 a 104)	69
TÍTULO IV (CDC) – Do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (art. 105 a 106)	71
ASSUNTOS GERAIS	73
1. Os Órgãos de Defesa do Consumidor	73
1.1 Dos Órgãos e Entidades que Colocam em Prática os Dispositivos do Código	73

1.2 Da Defensoria Pública	74
1.3 Das Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor	77
1.4 DECON - Delegacia do Consumidor	78
1.5 Dos Juizados Especiais	79
1.6 DO PROCON	81
1.7 Das Associações Cíveis de Proteção ao Consumidor	84
2. Direito do Consumidor na Educação Privada	85
2.1 Da Prestação de Serviço Educacional em Instituições Privadas	85
2.2 Educação Privada na Constituição Federal	88
2.3 Da Responsabilidade Social do Empresário da Educação	89
2.4 Planilha de Custos e Mensalidades	90
2.5 Do Defeito na Prestação do Serviço Educacional	91
3. Da Oferta de Produtos e Serviços	93
3.1 Do conceito de oferta	93
3.2 Da obrigatoriedade do cumprimento da oferta feita pelo fornecedor ao consumidor	93
3.3 Da proteção do CDC ao consumidor em caso de o fornecedor não cumprir a oferta de seus produtos ou serviços veiculada	94
3.4 Dos requisitos necessários para que haja a obrigatoriedade de cumprimento da oferta de produtos ou serviços pelo fornecedor	95
3.5 Da obrigatoriedade de cumprimento pelo fornecedor de oferta feita por seu vendedor ao consumidor	96
3.6 Dos requisitos mínimos à oferta de produtos e serviços que devem ser informados ao consumidor pelo fornecedor	97
3.7 Dos casos em que o fornecedor não está obrigado a cumprir uma oferta de produto ou serviço ao consumidor	98

3.8 Da responsabilidade civil objetiva do fornecedor pela veiculação de oferta suficientemente precisa	99
4. Construção Civil	101
5. Dos Julgados nos Tribunais	103
5.1 Considerações Didáticas Correlatas aos Julgados	103
5.2 Legislação	104
5.3 Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDF	105
5.3.1 Falha na Prestação do Serviço	105
5.3.1.1 Empresas Aéreas	105
5.3.1.2 Empresas de Planos de Saúde	108
5.3.1.3 Instituição Bancária	109
5.3.1.4 Instituição Financeira – Alienação Fiduciária	111
5.3.1.5 Empresa de Telefonia	113
5.3.2 Negativação Indevida do Nome	114
5.3.3 Pagamento Indevido – Restituição em Dobro	116
5.4 Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça – STJ	117
6. Venda a prazo e sem juros! Há alguma ilegalidade?	118
7. Legislação Correlata	121



## INTRODUÇÃO

Dr. José Vieira Alves, Advogado, Membro do Conselho Seccional – OAB/DF. Presidente da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Na trajetória de nosso ordenamento jurídico destacam-se o Decreto-Lei nº 22.626, de 07/04/1933, conhecido como a Lei da Usura (ainda em vigor), que praticamente inaugura o direito consumerista no Brasil. Logo depois temos o Decreto-Lei n. 869, de 18/11/1938, que versava sobre Crimes Contra a Economia popular.

Quase trinta anos mais tarde surge a lei Delegada nº 4, de 26/09/1962, que teve fundamental importância no histórico do direito do consumidor brasileiro, pois positivava a intervenção no domínio econômico por parte do Estado, a fim de que se pudesse assegurar a livre distribuição de produtos necessários ao consumo da população. No mesmo ano de 1962, foi criada a *Lei de Repressão ao Abuso do Poder Econômico*, nº 4.137, que trouxe inúmeros benefícios ao consumidor, criando o CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica, órgão integrante do Ministério da Justiça, atuando conjuntamente com a Secretaria Nacional de Direito Econômico.

Apesar da entrada em vigor da lei delegada nº 4, de 1962, as associações de consumidores de áreas diversas de produtos ficaram constantemente pressionando o governo, para que o direito do consumidor fosse concretamente incorporado em nosso ordenamento jurídico.

A Constituição de 1988 inaugurou positivamente novos ramos de um direito que veio a concretizar as aspirações da sociedade brasileira em uma época pós-regime militar. É assim que surge o Direito do Consumidor sistematizado no Brasil. Apesar de ser conhecido como um ramo novíssimo do Direito, somente a ideia de codificação e sistematização

do direito do consumidor pode ser considerado como moderna, tendo em vista que, em tempos antigos, desde o Código de Hamurabi (2.800 a. C), já existia a preocupação de dar garantias de proteção no que dizia respeito à segurança, à saúde e à qualidade dos produtos.

Em 1988, foi finalmente inserida na Constituição Federal a proteção aos direitos do consumidor, ocupando o status de *cláusula pétrea* (que não pode ser modificada, por ser direito fundamental) prevista no rol de direitos do art. 5º, inciso XXXII. O artigo 170, V, da lei maior, assume o direito do consumidor como princípio base para a atividade econômica. Também o artigo 150, parágrafo 5º, trata das limitações do poder público para tributação e esclarece que os consumidores deverão ser esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços. O artigo 48, do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, dispôs que fosse elaborado dentro 180 dias, pelo Congresso Nacional, o Código de Defesa do Consumidor.

O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor foi elaborado e tornou-se a Lei n. 8.078/90, que possui em seu texto final 119 artigos, dando nova ótica às relações de consumo, normalizando e impondo novos princípios para a defesa do consumidor.

O Código de Direito do Consumidor nasceu com o propósito de colocar no mesmo patamar de igualdade fornecedor/consumidor e o de compilar as disposições já existentes acerca dos direitos dos consumidores, assim como enraizar princípios para o efetivo exercício da cidadania, definindo, sistematizando e regulamentando outros pontos do direito público e do privado, uma vez que aborda temas muito variados e aproveita conceitos de várias áreas do direito, modernizando alguns institutos já antigos em face das novas diretrizes constitucionais.

Com a codificação e a organização jurídica do Direito do Consumidor, os brasileiros conseguiram conquistas de maiores garantias e respeito frente aos fornecedores de produtos. O Direito do Consumidor se tornou

um ramo muito estudado pelos juristas e pelos interessados, por ter demonstrado cada vez mais sua função social dignamente constitucional.

O Diploma Consumerista, no Brasil, teve origem já no Código Civil de 1916, corporificado nas normas contratuais, mas a evolução histórica ocorreu com o avanço tecnológico e o aumento da população. Contudo, não devemos esquecer que o mundo globalizado veio trazer ao consumidor brasileiro novas concepções da relação de consumo e da necessidade de colocar fornecedor e consumidor no mesmo patamar.

Não há dúvida de que alguns reparos precisam ser feitos. O chamado Código de Direito do Consumidor está mais para uma lei do que para um Código, por ter inserido no seu bojo final temas diversos como: direito público, direito privado etc., que julgo deveriam constar de leis complementares.

# TÍTULO I (CDC) - DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

## 1. Disposições Gerais do Código de Defesa do Consumidor

Dr. José Vieira Alves, Advogado, Membro do Conselho Seccional – OAB/DF. Presidente da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

O Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, traz em seu bojo normas que se destinam à proteção dos direitos do consumidor, bem como disciplina as relações de consumo e as responsabilidades entre fornecedor e consumidor, fruto de princípios já determinados na Constituição Federal (art. 1º do CDC).

É por isso que o Código de Defesa do Consumidor – CDC recomenda: caso alguém venha a lhe prestar um determinado serviço sem estar contratado, não pague. Para a execução de qualquer serviço torna-se necessário prévia apresentação da proposta formalizada – (art.39 – VI).

No presente Código são estabelecidas normas gerais de interesse público e social que visam à proteção do consumidor. A aplicação dessas normas, em alguns casos, vem gerando controvérsias no âmbito das relações de consumo. Há exemplos quando se trata de escritório de advocacia, serviços bancários e se tem o empresário como destinatário final.

Quando as normas são de interesse social significa dizer que as regras estabelecidas para os consumidores possuem relevância para a sociedade por inteiro, não se limitando apenas a consumidores e fornecedores durante uma relação jurídica.

Segundo a Professora Cláudia Lima Marques, “as leis consumeristas são “leis de função social”, pois não só procuram assegurar uma série de

novos direitos aos consumidores, mas também possuem a função de transformar a sociedade de modo a se comportar de maneira equilibrada e harmônica nas relações jurídicas”.

Ainda sob outra ótica, o Jurista Nelson Nery “considera que ser de interesse social significa a possibilidade de o Ministério Público poder atuar em todas as lides coletivas de consumo, inclusive as que tratam sobre os direitos individuais homogêneos”.

Com esse princípio fundamental passou a ter a garantia constitucional de proteção e defesa do consumidor e ser considerada “cláusula pétrea” – “impossível de ser suprimida ou restringida pelo legislador”.

Para que haja relação de consumo, tem que existir dois sujeitos: consumidor e fornecedor; além da aquisição de um bem ou a prestação de um serviço. Um escritório de advocacia, ao firmar um contrato de prestação de serviços jurídicos com o seu cliente, cobrando honorários, deixa implícita a relação de consumo. Consumidor é, portanto, toda pessoa física ou jurídica que usa o produto adquirido ou serviço em seu uso próprio, não lançando o seu resultado na comercialização.

O Código de Defesa do Consumidor define, em seu texto, os princípios fundamentais das relações de consumo, de forma clara e precisa, que objetivam reger a proteção do consumidor que geralmente é visto como parte mais vulnerável. Somente é cabível o CDC se existirem consumidores e fornecedores. Na concepção do Código Consumerista, consumidor é toda e qualquer pessoa física ou jurídica que venha a adquirir produtos ou serviços para utilizá-los na qualidade de consumidor final ou para consumo próprio.

A conceituação de relação de consumo explicitado pelo Código de Defesa do Consumidor tem como finalidade levar ao cidadão informações objetivas acerca dos seus direitos.

O Código de Defesa do Consumidor, além de estabelecer normas gerais de interesse público e social que visam à proteção do consumidor, define

a relação de consumo como o negócio existente entre dois sujeitos: consumidor e fornecedor na compra e venda de um produto ou na prestação de um serviço. Os princípios da tutela do CDC estão adstritos às relações negociais entre consumidor e fornecedor na transação de produtos e serviços, vedando as questões gratuitas e trabalhistas.

O CDC preceitua que para ter cobertura legal é preciso estar caracterizado o vínculo jurídico de relação numa determinada transação comercial entre consumidor e fornecedor. A relação jurídica é norteada por princípios que refletem os valores tutelados e protegidos.

#### Ementa

“RELAÇÃO DE CONSUMO. DESTINATÁRIO FINAL.

A expressão destinatário final, de que trata o art. 2º, caput, do Código de Defesa do Consumidor abrange quem adquire mercadorias para fins não econômicos, e também aqueles que, destinando-os a fins econômicos, enfrentam o mercado de consumo em condições de vulnerabilidade; espécie em que caminhoneiro reclama a proteção do Código de Defesa do Consumidor porque o veículo adquirido, utilizado para prestar serviços que lhe possibilitariam sua manutenção e a da família, apresentou defeitos de fabricação. “Recurso especial não conhecido.”

“A Ministra Nancy Andrighi esclarece a necessidade da hipossuficiência na relação de consumo para reconhecer o consumidor intermediário como destinatário final: “esse novo entendimento houve um significativo passo para o reconhecimento de não ser o critério destinatário final econômico, o determinante para caracterização de relação de consumo ou do conceito de consumidor. Ainda que o adquirente do bem não seja o seu destinatário final econômico, poderá ser considerado consumidor, desde que constatada a sua hipossuficiência, na relação jurídica, perante o fornecedor” (REsp. 1.080.719/MG).”

Em decisão publicada em 09/10/2006, acórdão proferido em sede de Conflito de Competência nº 64.524, da Ministra Nancy Andrighi, o egrégio Superior Tribunal de Justiça pacificou a questão dos insumos agrícolas no sentido de que a compra e venda deste produto não se caracteriza relação de consumo.

As conceituações de fornecedor estão determinadas pelos princípios do art. 3º do CDC que incorporam todas as pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou privado nacional ou entes estrangeiros que tenham atividades comerciais.

Deve-se destacar a importância que traduzem os significados fornecedor e consumidor no desenvolvimento da economia nacional de um país. De um lado figura um sujeito ativo e do outro um sujeito passivo da relação, cujo vínculo jurídico decorre de uma lei ou contrato. Havendo incidência de uma das partes enquadrar-se no contexto consumidor e no de outra fornecedor e, existindo o nexo causal que possa exigir a prestação de dar, fazer ou não fazer, estamos à frente de uma relação de consumo.

## **CAPÍTULO II (CDC) – DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE CONSUMO (ART. 4º AO 5º)**

Dr. José Ribamar Barros Penha, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

A Política Nacional de Relações de Consumo integra os direitos do consumidor segundo definida nos artigos 4º e 5º do Título I do Capítulo II da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a defesa do consumidor ou Código de Defesa do Consumidor (CDC), conforme previsto no art. 40 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias.

### **2.1 Objetivo**

Mencionada política tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à dignidade, à saúde e à segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, a transparência e a harmonia das relações de consumo.

A efetividade de tais objetivos decorre do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo pelo Estado por meio de ações diretas, incentivos à criação e ao desenvolvimento de associações representativas, atuação que garanta produtos e serviços de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

O objetivo da Política Nacional de Relações de Consumo cumpre-se, também, pela harmonização dos interesses com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico da ordem econômica, sempre com base na boa-fé e no equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. Visa-se à melhoria do mercado de consumo por meio da educação e de informações de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres.



Incentiva-se a criação de meios eficientes de controle de qualidade e de segurança de produtos e serviços, além de mecanismos de solução de conflitos. Coibir e reprimir por meios eficientes todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e a utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos que possam causar prejuízos aos consumidores. A racionalização e a melhoria dos serviços públicos e o estudo constante das modificações do mercado de consumo são meios para o atingimento da Política Nacional de Relações de Consumo.

## **2.2 Implementação**

Para a implementação da Política Nacional de Relações de Consumo, a lei estabelece que o Poder Público contará com a manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente; instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público; criação de Delegacias de Polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo; criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo; concessão de estímulos à criação e ao desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Transcorridos pouco mais de vinte anos da promulgação da lei consumerista, estão em funcionamento a maioria dos órgãos nela previstos, conforme será abordado em tópico específico.

As políticas nacionais são definidas em lei ou por meio de normas administrativas que estabelecem diretrizes, estratégias, parâmetros, meios e modos a serem seguidos pelos diversos setores do Estado e da iniciativa privada, por certo, com vistas ao atingimento do objetivo colimado. Assim, definidas pelo Executivo, as políticas nacionais de educação, de promoção da saúde, de alimentação e nutrição, do desenvolvimento regional entre tantas.

No caso da Política Nacional de Relações de Consumo, estabelecida no CDC, pode-se observar bem definidas as diretrizes e demais requisitos verificados nas políticas nacionais, inclusive quanto à definição dos órgãos estatais que precisavam ser instituídos para dar efetividade aos direitos e à defesa do consumidor.

Nestas poucas linhas, pode-se concluir que a Política Nacional de Relações de Consumo, definida no CDC, atende aos preceitos de defesa do consumidor preconizados pelo legislador originário, nas disposições do inciso XXXII do art. 5º e inciso V do art. 170 da Carta Magna e sua implementação se faz de modo satisfatório.

## TÍTULO III (CDC) – DOS DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR (ART. 6º E 7º)

Dr. Adeilson Alves dos Santos, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Os Direitos Básicos do Consumidor estão esculpidos no art. 6º e incisos do Código de Defesa do Consumidor. Tais direitos funcionam como verdadeiros princípios, pois são mandamentos nucleares, possuem grande generalidade e abstração elevada e atuam como pilares no ordenamento jurídico.

Os direitos básicos listados no referido artigo são: O Direito à proteção da vida, à saúde e à segurança; Direito à educação para o consumo; Direito à informação; Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva; Direito à modificação ou revisão das cláusulas contratuais; Direito à reparação; Direito a acesso aos órgãos judiciários e administrativos; Direito à facilitação da defesa e Direito a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

### 3.1 Direito de proteção à vida, à saúde e à segurança

Conforme esculpido na segunda parte do inciso I, **a vida, a saúde e a segurança** do consumidor carecem de proteção “*contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos*”;

A preocupação do legislador ao determinar a observação prioritária da proteção à vida, à saúde e à segurança visam impedir, em síntese, que os produtos e serviços ofertados no mercado de consumo ponham em risco a saúde e a segurança dos consumidores.

Neste sentido, determina o art. 12 que o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador, respondem, independen-

temente 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.

Portanto, ficam os responsáveis aludidos obrigados a adequarem os produtos e serviços às normas do Direito do Consumidor, de modo que não comprometam a segurança dos consumidores e não os exponham a consideráveis riscos à saúde, protegendo assim a vida e a segurança de todos. No caso contrário surge o dever de indenizar.

Ressalta-se que as normas protetivas em cotejo não implicam na retirada ou mera proibição da comercialização de determinados produtos ou serviços, mas na regulamentação e determinação de como devem ser comercializados. Significa, então, que o consumidor terá acesso, de forma clara, a todas as informações necessárias suficientes para o uso e manuseio adequado do produto.

### **3.2 Direito à educação para o consumo**

O inciso segundo, em seu primeiro comando, trata da educação. Aqui a preocupação do legislador é disponibilizar ao consumidor os mecanismos necessários para sua formação e capacitação, de modo que o consumidor seja amplamente esclarecido e possa optar e decidir com segurança, ou seja, ter acesso à diversidade de produtos e serviços disponibilizados sem prejuízo da liberdade de escolha.

No segundo comando do mesmo inciso, o legislador determinou que a divulgação de produtos e serviços deve ser voltada para o consumo adequado, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações.

### **3.3 Direito à informação**

O inciso III trata da informação, que deve ser *“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”*.

Significa que o fornecedor tem o dever de informar que o produto ou serviço pode causar malefícios a um grupo de pessoas, embora não seja prejudicial à generalidade da população, pois o que o ordenamento pretende resguardar não é somente a vida de muitos, mas também a vida de poucos.

A informação a que se refere é a informação de interesse do consumidor, que não abrange o segredo industrial. Trata-se da necessidade de evitar danos à saúde e à segurança do consumidor, de modo a evitar que determinado produto seja utilizado de forma imprópria ou em condições inadequadas.

### **3.4 Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva**

A publicidade enganosa é tratada no inciso IV, em seu primeiro comando, e no segundo trata da publicidade abusiva, referindo-se aos *“métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços”*.

Os termos “Publicidade Enganosa” e “Publicidade Abusiva” têm conceitos legais estampados no artigo 37, parágrafos 1º e 2º.

*§ 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.*

A preocupação do legislador em vedar a publicidade enganosa, em síntese e sem rodeios, é impedir que o consumidor seja enganado.

Significa dizer que o fornecedor de produtos ou serviços está obrigado a dar informações pertinentes, de modo que cheguem com clareza e precisão ao conhecimento do consumidor, devendo informá-lo previamente e de forma adequada sobre dados essenciais e condições gerais do produto.

Quanto à publicidade abusiva, quis o legislador resguardar a sociedade, garantindo a segurança e protegendo a moral social, impedindo a publicidade apelativa e ofensiva em gêneros apelativos e desrespeito de vulneráveis.

### **3.5 Direito à modificação ou à revisão das cláusulas contratuais**

No inciso V, o legislador estabeleceu o direito de “*modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas*”. Neste, a pretensão do legislador é proteger o consumidor permitindo a revisão de cláusulas contratuais, ainda que estivessem em conformidade com as normas de proteção ao consumidor na época da realização do negócio, que tenha se tornado onerosa em decorrência de fato superveniente.

### **3.6 Direito à reparação**

O legislador foi além de enumerar os direitos básicos propriamente. A partir do inciso VI, preocupou-se com efetividade desses direitos e buscou garantir a reparação patrimonial dos danos causados, de modo que assegurou ao consumidor *“a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”*.

### **3.7 Direito a acesso aos órgãos judiciários e administrativos e do Direito à facilitação da defesa**

Para que os direitos já mencionados fossem efetivamente respeitados e reparados em caso de violação, nos incisos seguintes, VII e VIII, o legislador fez duas determinações significantes e com efeitos práticos extraordinários. A primeira determina que *“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,”* e a segunda impõe *“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.”*

Assim, o legislador não garantiu apenas o acesso à justiça ao consumidor, mas assegurou a condição de discutir o seu direito, pois permitiu ao julgador fazer interpretação alargada da norma processual civil e a possibilidade de suspensão de alguns obstáculos processuais existentes por força do código de processo civil, no que diz respeito à discussão de cláusulas contratuais e produção de prova.

Isto significa que o órgão julgador, ao apreciar a alegação de violação, estando presentes a verossimilhança e verificada a hipossuficiência (menos capaz) do requerente, incumbirá a parte requerida de provar o contrário, ou seja, em tais circunstâncias, o consumidor não é obrigado a realizar a produção das provas.

### **3.8 Direito à adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral**

Por fim, determinou o legislador que “*a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral*” também é um direito básico do consumidor. Significa dizer que o Estado, na condição de ente fornecedor de serviço público, submete-se ao crivo do Código de Defesa do Consumidor e poderá, perfeitamente, responder judicialmente em caso de lesão ao consumidor, nos mesmos moldes que qualquer fornecedor ou prestador de serviços.



## **CAPÍTULO IV (CDC) – DA QUALIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS, DA PREVENÇÃO E DA REPARAÇÃO DOS DANOS (8º AO 28)**

Dra. Dionne Araújo Felipe, Procuradora da Fazenda Nacional, Colaboradora da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

O Capítulo IV do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990) trata da Qualidade de Produtos e Serviços, da Prevenção e da Reparação dos Danos.

### **Seção I – Da Proteção à Saúde e à Segurança**

A Seção I – da Proteção à Saúde e à Segurança traz na redação dos arts. 8º a 10º, a preocupação do legislador com a saúde e a segurança dos consumidores, assegurando para que os produtos e serviços colocados no mercado de consumo não acarretem riscos.

É o que se extrai na leitura do art. 8º, “*verbis*”:

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.

O referido artigo traz uma obrigação geral de segurança, mas também uma norma de prevenção, na medida em que determina que os fornecedores prestem as informações acerca dos riscos que o produto possa causar.

Outrossim, como existem produtos nocivos que devem ser colocados no

mercado, o CDC, a par dessa realidade, autoriza que bens e serviços perigosos possam ser lançados no mercado, com informações ostensivas sobre essa condição.

Ressalte-se que a regra é de não introdução de produtos nocivos, e o art. 10 ressalta que se o produto apresentar alto grau de nocividade ou periculosidade à saúde ou à segurança, este sequer poderá ser colocado no mercado. E se a periculosidade for constatada após a introdução do bem no mercado de serviços, este deverá ser retirado, se não houver condições de reparo. Vejamos no caso dos automóveis em que os fabricantes percebem defeitos após a venda destes e convoca os consumidores para *recall*.

Na hipótese de não obediência às determinações da Seção I da norma consumerista, o fornecedor deve incorrer nas sanções previstas para a infração definida no artigo 64, consoante a qual é crime “*deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado*”, incorrendo nas penas de detenção e multa “*quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos*” (art. 64, parágrafo único).

## **Seção II – Da Responsabilidade pelo Produto e Serviço**

A Seção II trata da Responsabilidade pelo Fato do Produto e do Serviço. Isso significa que os produtos colocados no mercado, que apresentarem defeitos e causarem danos, deverão ser reparados pelo fabricante, produtor, importador etc.

O art. 12<sup>i</sup> do CDC menciona que esta responsabilidade é independente de culpa; ela é, assim, presumida. Dessa forma, constatado que o dano foi proveniente da relação de consumo, ou mesmo informações insufi-

cientes ou inadequadas sobre a fruição do produto e seus riscos, o consumidor, que é a parte mais fraca, tem direito à reparação, não havendo necessidade de comprovar a culpa.

Nesse sentido, a jurisprudência:

INDENIZAÇÃO. DANOS CAUSADOS AOS CONSUMIDORES. FABRICANTE. RESPONSABILIDADE. ART. 12 DO CDC.

Ementa: “Responde contratualmente o fabricante por danos causados ao consumidor decorrentes de defeitos de seus produtos” (TAMG, 3ª C. Civil, AC n.º 144.007-9, j. em 25.11.92, rel. juiz Abreu Leite, v.u., RJTAMG 49/228-229).

Verifica-se que o Código de Defesa do Consumidor estabeleceu a Teoria da Responsabilidade Objetiva, também conhecida pela teoria do risco, porque o fornecedor assume o risco pelos danos que os produtos possam causar aos consumidores.

Existem elementos constitutivos da teoria da responsabilidade civil objetiva que são: a existência do dano, nexos de causalidade e ação de um agente.

Maria Helena Diniz ensina que<sup>ii</sup>: “*Dano pode ser definido como lesão (diminuição ou destruição) que, devido a um certo evento, sofre uma pessoa, contra sua vontade, em qualquer bem ou interesse jurídico, patrimonial ou moral*”.

Assim, o fornecedor responde independentemente de culpa por qualquer dano causado ao consumidor, pois que, pela teoria do risco, este deve assumir o dano em razão da atividade que realiza.

É nesse sentido a redação do art. 14, “*verbis*”:

Art. 14. O fornecedor de serviços responde, **independentemen-**

**te 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.

Importante transcrever decisão que trata da responsabilidade do Hospital, “*verbis*”:

RESPONSABILIDADE CIVIL. HOSPITAL. RESSARCIMENTO DO DANO MORAL. PACIENTE COM INSUFICIÊNCIA RENAL GRAVE. HEMODIÁLISE. CONTAMINAÇÃO POR VÍRUS DA HEPATITE B. NEXO DE CAUSALIDADE DEMONSTRADO.

Ementa: “A responsabilidade hospitalar, diferentemente da do médico, encerra obrigação de resultado no sentido de assegurar a incolumidade do paciente em tudo que seja capaz de lhe produzir dano. A contaminação ou infecção em serviços de hemodiálise caracteriza-se como falha do serviço e leva a indenização, independentemente de culpa. Aplicação, na hipótese, do art.14, caput, do CDC. O ressarcimento do dano moral realiza-se pelo sistema de compensação, insuscetível de avaliação pericial. Agravo desprovido. Provimento parcial da apelação apenas para reduzir o valor da condenação (TJRJ, 5ª C. Cível, AC n.º 6.200/94, j. em 22.11.94, rel. des. Marcus Faver, v.u., RDC 17/232-234)

O §4º do retro transcrito art. 14 traz uma importante exceção: “§ 4º A responsabilidade pessoal dos profissionais liberais será apurada mediante a verificação de culpa”.

Constata-se que no caso de médicos, advogados e demais profissionais liberais aplica-se a teoria da responsabilidade subjetiva, e para apuração da responsabilidade deverá ser demonstrada a culpa do referido profissional.

### Seção III – Da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço

A Seção III - trata da Responsabilidade por Vício do Produto e do Serviço. Assim, o CDC traz no art. 18 importante proteção ao consumidor, pois reconhece que este ao adquirir o produto imagina que ele esteja pronto para o uso, e se tal não acontecer, o fornecedor deve responder pelo defeito.

Esta a norma expressa do art. 18, “*verbis*”:

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 as 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.

Assim, por essa norma o consumidor está protegido pelos defeitos e respondem solidariamente tanto o fornecedor do produto, quanto, por exemplo, a concessionária que vende o automóvel, conforme decisão ora transcrita:

“Ocorrendo danos em motor de veículo, resultantes de defeito de fabricação, responde a revendedora perante o usuário, nos termos do art. 18 do CDC, assegurada a esta a denúncia da firma fabricante, visando ao reembolso da indenização paga, momentaneamente estando o bem coberto por garantia” (TAMG, 4ª C. Civil, AC n.º 211.127-7, j. em 20.3.96, rel. juiz Jarbas Ladeira, v.u., RJTAMG 62/262-264).

Os parágrafos do art. 18 complementam a proteção fixando maneiras de solução da demanda, como substituição do produto, abatimento do preço etc.

## Seção IV – Da Decadência e da Prescrição

A Seção IV trata da decadência e da prescrição, fixando os prazos que o consumidor possui para reclamar os defeitos, fixando em seu art. 26 o seguinte:

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.

Sobre o inciso I importante transcrever uma situação peculiar, pois ressalta que a reclamação ao Procon não impede a fluência do prazo, a saber:

Decadência. Reparação de danos. Má prestação de serviço de hospedagem. Prazo de trinta dias. Art. 26, inciso I, da Lei Federal n.º 8.078/90. Reclamação efetuada junto ao Procon que não impediu a fluência do prazo decadencial. Decadência operada. Recurso não provido. Ementa: “O prazo decadencial flui a partir do termo final de hospedagem e entre ele e a propositura da ação flui prazo superior àquele previsto no art. 26, inciso I, da Lei Federal n.º 8.078/90” (TJSP, 19ª C. Cível, AC n.º 241.655-2, j. em 17.10.94, rel. des. Pereira da Silva, v.u., JTJ-Lex 165/55-56).

E no caso do inciso II:

Indenização. Prestação de serviços. Conserto de veículo. Vício na qualidade e não acidente de consumo. Prazo decadencial do art. 26 e não o prescricional do art. 27, ambos do CDC. Ajuizamento mais de noventa dias após ser o defeito evidenciado. Decadência

operada. Recurso não provido. Votos vencedor e vencido. (TJSP, 15ª C. Civil, AC n.º 256.934-2, j. em 25.4.95, rel. des. Maurício Vidigal, m.v., JTJ-Lex 176/70-77.)

O art. 27 estabelece que 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.

## **Seção V – Da Desconsideração da Personalidade Jurídica**

Por fim, temos na Seção V a Desconsideração da Personalidade Jurídica, e a disposição do art. 28 já diz tudo:

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.

Como a disposição legal menciona “poderá”, percebe-se que o Juízo possui o *dever* de, observados os requisitos legais que estão previstos na lei, determinar a desconsideração da personalidade jurídica a fim de que esta medida possa garantir a efetiva reparação de danos suportados pelo consumidor.

Foi o que fez recentemente o Tribunal de Justiça do Distrito Federal ao desconsiderar a personalidade jurídica do Grupo OK, para que o Sr. Luiz Estevão de Oliveira Neto e o Espólio de Lino Martins respondam com seus bens pelo prejuízo causado ao consumidor, conforme a seguinte decisão:

Classe do Processo : 2012 00 2 001795-4 AGI - 0001795-55.2012.807.0000 (Res.65 - CNJ) DF

Registro do Acórdão Número : 579373

Data de Julgamento : 11/04/2012

Órgão Julgador : 2ª Turma Cível

Relator : CARMELITA BRASIL

Disponibilização no DJ-e: 17/04/2012 pág. : 107

#### Ementa

AGRAVO DE INSTRUMENTO. DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA. BENS PARTICULARES DOS SÓCIOS. PRESENÇA DOS REQUISITOS AUTORIZADORES.

EM QUE PESE A ACENTUADA EXCEPCIONALIDADE DA DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA DA EMPRESA, AS EVIDÊNCIAS DA CARACTERIZAÇÃO DO ABUSO DA PERSONALIDADE JURÍDICA, MEDIANTE A PERPETRAÇÃO DE FRAUDE NO ÂMBITO DA GESTÃO EMPRESARIAL, AUTORIZAM A MEDIDA, CONFORME DISPÕE O ART. 50 DO CÓDIGO CIVIL.



## CAPÍTULO V (CDC) – DAS PRÁTICAS COMERCIAIS (ART. 29 AO 45)

Dr. Anderson Paniagua, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Este capítulo do Código de Defesa do Consumidor - CDC traz consigo as regras acerca das ofertas e das publicidades. Para frisarmos, as disposições do CDC neste capítulo rememoram um direito básico do consumidor, qual seja: o direito à informação clara e adequada.

Quanto às ofertas, o Código de Defesa do Consumidor explica que os anúncios publicitários por qualquer meio de comunicação, seja qualquer informação ou publicidade acerca de um produto ou serviço, estes devem vincular (fazer parte de) o contrato.

Ou seja, qualquer folheto, folder ou simples informação acerca de um produto ou serviço também fará parte do contrato celebrado entre o consumidor e o fornecedor.

Ademais, estes anúncios publicitários ou qualquer informação do produto ou do serviço não podem ser obscuros ou duvidosos, pois a informação deve ser clara, precisa, conter informações gerais do produto ou serviço, bem como ser em língua portuguesa.

Isto tudo para facilitar o entendimento e o conhecimento do consumidor acerca do produto ou serviço que ele irá usufruir.

O consumidor, assim, poderá exigir do fornecedor o cumprimento da obrigação veiculada no anúncio publicitário. Caso haja recusa do fornecedor, cabem ainda duas alternativas ao consumidor: a) aceitar outro produto ou serviço similar ou; b) rescindir o contrato, com direito à restituição atualizada dos valores pagos, bem como pleitear no Poder Judiciário os danos sofridos pela rescisão do contrato.

Por conseguinte, quando um produto é ofertado no mercado de consumo, o fornecedor deverá fabricar peças e componentes de reposição para garantir que o produto seja consertado, sem que o consumidor precise comprar outro.

Agora, se o produto já saiu da linha de fabricação, mesmo assim o fornecedor deverá fabricar peças e componentes de reposição por um período razoável para que o consumidor também tenha a chance de realizar os reparos do produto em tempo hábil.

Outro detalhe quanto a oferta ou venda é que nos casos que esta seja feita por telefone ou reembolso postal, em todos os impressos (embalagem e publicidade) deverá constar o nome e endereço do fornecedor.

Agora, estes anúncios publicitários devem ser facilmente identificados pelo consumidor, ou seja, que a publicidade ou propaganda de produtos e serviços não podem ser duvidosas, enganosas e abusivas.

Inclusive, o fornecedor deverá guardar consigo os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem veiculada, para consulta de qualquer pessoa que esteja interessada na propaganda disponibilizada pelo fornecedor acerca do seu produto ou serviço.

Interessante frisar que a publicidade enganosa é toda aquela que induz o consumidor ao erro ou omite informação acerca do produto ou serviço, podendo esta ser parcial. Vejamos o exemplo: uma propaganda de liquidificador menciona as dimensões do produto corretamente, mas engana o consumidor quanto às velocidades. Evidente a propaganda enganosa!

Já a propaganda abusiva é aquela que induz o consumidor ao comportamento prejudicial ou perigoso para com a sua segurança ou saúde. Costumeiramente são aquelas propagandas que estimulam a violência, exploram o medo ou a superstição do consumidor, discriminando-o, bem como aquelas que desrespeitam os valores ambientais.

Estas propagandas são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor, podendo caracterizar uma infração penal.

Pois bem, vimos que as disposições legais acerca das práticas comerciais devem respeitar a informação clara e adequada, que estas informações vinculam o contrato e que toda propaganda enganosa ou abusiva é proibida pelo Código de Defesa do Consumidor.

## CAPÍTULO VI (CDC) – DA PROTEÇÃO CONTRATUAL (ART. 46 AO 54)

Dr. Anderson Paniagua, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Primeiramente, temos que ter a noção de que um contrato serve para dar segurança jurídica aos negócios formulados entre duas pessoas que se comprometem a cumpri-lo. Ademais, contrato é sinônimo de circulação de riqueza.

No caso da relação de consumo, ou seja, consumidor de um lado e fornecedor de outro, o Código de Defesa do Consumidor - CDC protege o consumidor em face das cláusulas abusivas e obscuras contidas no contrato.

Isto quer dizer que o CDC garante ao consumidor rever no Poder Judiciário aquele contrato que assinou perante o fornecedor, pois os contratos na relação de consumo deverão ser interpretados da maneira mais favorável ao consumidor.

A revisão pelo Poder Judiciário das cláusulas abusivas está fundamentada nos princípios: da vulnerabilidade, ou seja, o consumidor é parte mais fraca da relação contratual e, por isso, o Poder Judiciário poderá declarar nulas cláusulas contratuais abusivas; do equilíbrio, que nos ensina que as partes devem estar no mesmo patamar de obrigações e direitos; e da boa-fé, este sendo traduzido como dever de conduta baseado em lealdade e honestidade.

Todavia, mesmo sendo declarada cláusula ilegal no contrato, isto não acarreta a extinção do contrato em si, pois o que o CDC veda é a cláusula abusiva e ilegal. Assim, terão validade no contrato as obrigações contrárias e de acordo com as disposições do CDC.

Outro aspecto importante acerca dos contratos na relação de consumo é

que as propagandas e os escritos dos fornecedores vinculam (agregam) às obrigações contidas no contrato. Para não restarem dúvidas, vejamos o exemplo da etiqueta na camisa com o preço X, mas quando o consumidor se dirige ao caixa para efetuar o pagamento, o preço é Y.

Neste caso, o preço que deverá ser cobrado do consumidor é o preço X, pois a etiqueta o vincula ao contrato de compra e venda do produto.

O consumidor ainda tem o direito de arrependimento. Este direito vigorará por sete dias, iniciando sua contagem na data de assinatura do contrato.

No entanto, este direito somente valerá para os contratos formalizados fora do estabelecimento comercial do fornecedor. Como exemplo, aqueles produtos e serviços requeridos por meio de telefone ou com atendimento em domicílio.

Caso o consumidor se arrependa do produto adquirido ou do serviço prestado, poderá requer a extinção do contrato, bem como o estorno dos pagamentos efetuados, estes ainda corrigidos monetariamente.

O capítulo no CDC que prevê as regras de proteção contratual ainda revela a garantia do produto ou serviço. A garantia contratual (aquela estipulada e oferecida pelo fornecedor) será somada à garantia legal (esta decorrente da lei).

A garantia legal para produtos e serviços não duráveis será de 30 dias. Já para produtos e serviços duráveis serão 90 dias.

Vejamos o exemplo: na compra de uma geladeira, o fornecedor oferece garantia de um ano ao consumidor. Assim, a garantia total do produto será de um ano e noventa dias, pois a geladeira é um produto durável.

## CAPÍTULO VII (CDC) – DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS (ARTS. 55 A 60)

Dr. Fernando Fonseca Santos Kutianski, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

As sanções administrativas estão previstas no Código de Defesa do Consumidor, conforme se pode verificar pelos incisos de I a XII de seu artigo 56. Tais sanções vão desde a simples multa até sanções mais severas, como interdição total de estabelecimento e intervenção administrativa.

Assim, as infrações previstas no Código de Defesa do Consumidor e no Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997, ficam sujeitas à aplicação das sanções administrativas correspondentes, sem prejuízo das sanções civis e penais previstas em outras normas específicas.

Essas sanções são aplicadas por autoridade administrativa, pela repartição ou órgão, a que a legislação confere a competência para fiscalizar e impor penalidade. Poderá haver a cumulatividade de penalidade, que significa dizer que poderão ser impostas duas ou mais sanções ao mesmo tempo, pelo mesmo fato.

As sanções administrativas são as seguintes: multa, apreensão de produto, inutilização de produto, cassação de registro de produto, proibição de fabricação, suspensão de fornecimento de produto e serviço, suspensão temporária de atividade, cassação de licença e estabelecimento ou atividade, interdição de estabelecimento, obra ou atividade, intervenção administrativa e imposição de contrapropaganda (previstos no artigo 56, I a XII do Código de Defesa do Consumidor e no Decreto nº 2.181/97, artigo 18).

Em relação ao tema em análise, interessante questão que se coloca em debate é saber se as sanções administrativas do Código de Defesa do Consumidor são taxativas ou meramente exemplificativas. Neste ponto há grande controvérsia na doutrina.

No que tange à enumeração, encontram-se três tipos:

- a) Pecuniárias: multas aplicadas em razão de inadimplemento de obrigação ou dever na relação de consumo;
- b) Objetivas: que envolvem bens e serviços colocados no mercado de consumo;
- c) Subjetivas: relativas à atividade empresarial ou estatal dos fornecedores de bens e serviços.

No que diz respeito à aplicação das sanções administrativas, são aplicadas e cobradas ou executadas em processos administrativos, pela própria administração, inibindo condutas abusivas, tendo a função de educar o fornecedor.

Importantes novidades foram trazidas neste campo, com o advento do Decreto 2.181/97, no que diz respeito às práticas infringentes sujeitas a multa. Foi estabelecida responsabilidade solidária para todos os participantes das práticas infringentes e ainda todas as penalidades previstas no Código de Defesa do Consumidor e pelo Decreto 2.181/97, que passaram a ser aplicadas pelos órgãos oficiais integrantes do SNDC (Sistema Nacional de Defesa do Consumidor).

Em relação à aplicação da multa, o Código de Defesa do Consumidor cuidou muito superficialmente desta matéria. O Decreto 2.181/97 permitiu sua efetiva implementação pelos órgãos oficiais fiscalizadores, trazendo em seu texto artigos que tratam das hipóteses de incidência, graduação, limites, cumulação e destinação das multas.

Em outro enfoque há a aplicação das demais sanções previstas no Código de Defesa do Consumidor e no Decreto 2.181/97, que também são aplicadas pela autoridade administrativa. São aplicadas quando for constatado qualquer vício de quantidade ou qualidade por inadequação ou insegurança do produto ou serviço, mediante processo administrativo, assegurada a ampla defesa, previstas nos incisos II, III, IV, V, VI e VIII

do artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor e artigo 18 do Decreto 2.181/97.

A reincidência na prática das infrações de maior gravidade está prevista nos incisos VII, IX, X e XI do artigo 56 do Código de Defesa do Consumidor, sendo aplicada a intervenção administrativa sempre que as circunstâncias de fato desaconselharem a cassação de licença, a interdição ou suspensão da atividade.

Além de circunstância agravante, a reincidência influi na imposição da sanção e na sua graduação.

São consideradas circunstâncias atenuantes: a ação do infrator não ter sido fundamental para a consecução do fato, ser o infrator primário e ter o infrator adotado as providências pertinentes para minimizar ou de imediato reparar os efeitos do ato lesivo.

São consideradas circunstâncias agravantes: ser o infrator reincidente, ter o infrator, comprovadamente, cometido a prática infrativa para obter vantagens indevidas, trazer a prática infrativa consequências danosas à saúde ou à segurança do consumidor e deixar o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências.

Finalizando, há de se destacar também, a importância do processo administrativo para a averiguação das práticas infringentes às normas de defesa do consumidor e a aplicação das sanções correspondentes.

Tal medida, frisada em vinte e dois artigos no Decreto 2.181/97, facilita a atuação dos órgãos e entidades de defesa do consumidor, permitindo transparência no relacionamento entre Administração, administrado, fornecedor e consumidor.

## TÍTULO II (CDC) – DAS INFRAÇÕES PENAIS (61 A 80)

Dra. Caroline Pinto Costa Vieira, Advogada, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

A tutela penal do consumidor busca prevenir ocorrência de tais condutas de forma a evitar o dano, amparando com mais eficiência os consumidores - Princípio da Precaução (GARCIA, 2005, pág. 109).

- **Características**

O Estatuto Consumerista tipificou 12 condutas específicas que têm as seguintes características:

- **São crimes de perigo abstrato:** significa dizer que basta a ação ou omissão do fornecedor para a ocorrência do delito. O dano efetivo ao consumidor é irrelevante.
- **São crimes de menor potencial ofensivo:** esses tipos penais têm pena não superior a dois anos, por isso são passíveis dos benefícios da Transação Penal (ato em que o Ministério Público, antes do oferecimento a denúncia, propõe a aplicação imediata da pena restritiva de direitos ou multas ao autor da infração) e da Suspensão Condicional da Pena (é a suspensão da execução da pena por dois a quatro anos, desde que cumpridos os requisitos legais).
- **Concurso de pessoas (artigo 75):** aquele que também praticar os crimes abaixo incide nas respectivas penas na medida de sua culpa, bem como o diretor, administrador ou gerente da pessoa jurídica que promover, permitir ou por qualquer modo aprovar o fornecimento, a oferta, exposição à venda ou manutenção em depósito de produtos e prestações de serviços por ele proibidas.



• **Circunstâncias agravantes específicas (artigo 76):** são cinco as circunstâncias agravantes para os tipos penais, a saber:

1 - serem cometidos em época de grave crise econômica ou por ocasião de calamidade;

2 - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

3 - dissimular a natureza ilícita do procedimento;

4 - quando cometidos por:

- servidor público;

- pessoa cuja condição econômico-social seja manifestamente superior à da vítima;

Em detrimento de:

- operário ou daquele que vive na zona rural;

- menor de dezoito anos;

- maior de sessenta anos;

- pessoas portadoras de deficiência mental, interditadas ou não.

5 - praticados em operações que envolvam alimentos, medicamentos ou quaisquer outros produtos ou serviços essenciais.

• **Pena de multa (artigo 77):** corresponderá ao mínimo e ao máximo de dias de duração da pena privativa de liberdade estabelecida nos tipos penais. Na individualização da pena, a multa poderá ser aumentada até o triplo, se o juiz considerar que em virtude da situação econômica do réu, é ineficaz, embora aplicada no máximo.

• **Penas convencionais e alternativas (artigo 78):** além das penas privativas de liberdade e de multa podem ser impostas, cumulativamente ou alternadamente:

- a interdição temporária de direitos;

- publicar sobre os fatos e a condenação em órgãos de comunicação de grande circulação ou audiência, à custa do condenado.
- prestação de serviços à comunidade.

- **Fiança (artigo 79):** será fixada pelo juiz ou pela autoridade que presidir o inquérito; o aumento em até vinte vezes ou a diminuição em até metade do valor da fiança dependerá da situação econômica do acusado.

- **Assistência e Legitimidade Processual (artigo 80):** os crimes previstos são de Ação Penal Pública Incondicionada, na qual o Ministério Público é o legitimado, isto é, aquele que irá propor a ação. Contudo, podem vir como seu assistente:

- entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos pelo CDC.
- associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos pelo CDC.

Podendo propor Ação Penal Subsidiária, se a denúncia não for oferecida no prazo legal.

- **Tipos Penais Específicos**

*Artigo 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 peri-*

*culosidade do serviço a ser prestado.*

*§ 2º: Se o crime é culposo:*

*Pena: Detenção de um a seis meses ou multa.*

*Bens Protegidos:* vida, saúde, segurança, direito a informação.

*Atos Proibidos:* omitir os dizeres e sinais ostensivos sobre a nocividade e a periculosidade de produtos ou serviços, bem como não informar sobre a periculosidade dos serviços. Por exemplo: dedetização de prédios (serviço nocivo à saúde), venda de fogos de artifício, bebida alcoólica, cigarros, agrotóxicos (produtos perigosos) ou demolição de prédio (serviço perigoso) devem ter informações claras, ostensivas e escritas, seja nas embalagens, nos invólucros, nas mensagens publicitárias.

*Sujeito Ativo:* o fabricante (produto industrializado), o fornecedor (produto não industrializado) e o fornecedor de serviços (serviços).

*Da Infração:* admite sua forma culposa (aquele ato não intencional), mas não há tentativa.

*Artigo 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.*

*Bens Protegidos:* vida, saúde, segurança, direito a informação.

*Atos Proibidos:* não comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade e a periculosidade dos produtos conhecidas depois de colocados no mercado, assim como não retirar o produto determinado pela autoridade do mercado (recall: comunica-se aos consumidores de produtos que apresentaram o defeito de fabricação, para que possa ser reparado, sem qualquer ônus) (FILOMENO, 2005, pág. 157 e 158). Por exemplo: um medicamento que depois de anos no mercado passa a causar certos distúrbios; um automóvel com defeito no cinto de segurança ou nos freios.

*Sujeito Ativo:* fornecedor do produto.

*Da Infração:* não admite a forma culposa e não há tentativa. O risco deve ser minimizado pelo fornecedor com a devida informação aos consumidores, posteriormente pelas autoridades competentes, haja vista que essa nocividade ou a periculosidade é referente a um perigo que vai além do que normalmente se esperaria (GRINOVER, 2004, pág. 692).

*Artigo 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.*

*Bens Protegidos:* saúde, segurança e integridade física do consumidor.

*Atos Proibidos:* fornecer o serviço de alto grau de periculosidade contrariando as cautelas exigidas pela autoridade competente. Por exemplo: um serviço de desratização usar um raticida expressamente proibido pelas autoridades da vigilância sanitária.

*Sujeito Ativo:* fornecedor de serviço.

*Da Infração:* é norma penal em branco, isto é, as autoridades competen-

tes irão determinar/especificar as cautelas a serem tomadas ao praticar serviços definidos como de alta periculosidade, já que o artigo supra não as define. É crime preterdoloso, ou seja, o fornecedor mesmo sabendo que precisa se ater a certas normas para o serviço de alto risco, o faz sem observá-las, assumindo os resultados. Vale ressaltar que as penas de lesão corporal e de morte serão cumuladas/somadas à do referente artigo e não somente agravadas.

*Artigo 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: Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta.*

*§ 2º: Se o crime é culposo:*

*Pena: Detenção de um a seis meses ou multa.*

**Bens Jurídicos:** direito a saúde, vida, segurança, economia, informação e boa-fé.

**Atos Proibidos:** veicular, por qualquer meio de comunicação, informação falsa, enganosa ou omitir informação relevante. Por exemplo: tônicos que fazem crescer o cabelo; milagrosos métodos para emagrecimento, planos telefônicos a preços irrisórios aparentemente, metragens incorretas de imóveis etc.

**Sujeito Ativo:** fornecedor, preposto, anunciante, agência e aquele que omite as informações relevantes.

**Da Infração:** aquele que patrocinar a oferta também será punido nas mesmas penas, isto é, três meses a um ano. Patrocinar é proteger, favorecer, é aceitar veicular informação que sabe ser falsa ou enganosa.

Admite a forma culposa, ou seja, oferta-se um produto ou serviço sem a devida cautela, negligenciando as mensagens passadas com as reais especificações do produto ou serviço.

Trata-se tanto da publicidade como da oferta.

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

*Pena: Detenção de três meses a um ano e multa.*

**Bens Jurídicos:** direito a informação, livre escolha do consumidor, transparência e boa-fé na relação de consumo.

**Atos Proibidos:** fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva. Trata-se tão somente da publicidade.

**Sujeito Ativo:** publicitários (profissional que produz ou projeta a publicidade) (GRINOVER, pág. 725) e veículo de divulgação.

**Da Infração:** os órgãos de imprensa em geral têm responsabilidade sobre todas as informações passadas nas propagandas, devendo ser claras, precisas, legítimas e lícitas. A propaganda enganosa é aquela falsa, capaz de induzir a erro o consumidor sobre as características do produto. Já a abusiva é aquela que ofende os valores éticos, sociais e religiosos da sociedade; é discriminatória; incita a violência ou se aproveita da deficiência de julgamento da criança; desrespeita os valores ambientais; induz o consumidor a agir de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança.

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

*Pena: Detenção de seis meses a dois anos e multa.*

*Bens Jurídicos:* integridade física, saúde e segurança do consumidor.

*Atos Proibidos:* executar ou promover publicidade que sabe ou deveria saber que induz o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança. Por exemplo: em uma propaganda de bebida alcoólica, a pessoa que aparecer bebendo deverá ser e parecer maior de idade; crianças não devem figurar nesses anúncios.

*Sujeito Ativo:* publicitários e veículo de divulgação.

*Da Infração:* trata-se de um tipo especial: a propaganda abusiva, no que tange à saúde e à segurança do consumidor, resultando, assim, em uma punição maior do que a vista no artigo anterior, que trata dessa mesma propaganda de forma mais ampla.

Admite-se a tentativa (casos em que a propaganda já está pronta para ser divulgada, não ocorrendo por circunstâncias alheias à vontade do agente).

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

*Pena: Detenção de um a seis meses ou multa.*

*Bens Jurídicos:* tutela a transparência na relação de consumo, o patrimônio e a saúde do consumidor.

*Atos Proibidos:* não organizar os dados que dão base à publicidade. A guarda material das publicidades facilita no momento em que o Judiciário requisitar uma matéria para comprovar a abusividade.

*Sujeito Ativo:* Fornecedor-anunciante (aquela pessoa que tem por obrigação a manutenção e a guarda que embasam a publicidade veiculada.).

*Da Infração:* Não admite tentativa.

*Artigo 70: Empregar na reparação de produtos, peças ou*

*componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor.*

*Pena: Detenção de três meses a um ano e multa.*

**Bens jurídicos:** tutela o direito à informação, à transparência, à boa-fé e ao patrimônio do consumidor.

**Atos Proibidos:** usar peças “recondicionadas” na reparação de produtos sem a autorização do consumidor.

**Sujeito Ativo:** fornecedor de serviços.

**Da Infração:** protege-se o dever de informar e não a garantia das peças novas. O CDC tem como regra que em todos os consertos de produtos serão empregadas peças novas. Sendo assim, a exceção é o uso de peças usadas e, conseqüentemente, precisa da autorização expressa do consumidor. Vale ressaltar que as peças usadas, conhecidas como recondicionadas, não são de uso proibido, no entanto, o consumidor deve ser informado que elas serão usadas e aceitar, para que assim ele não pague por um preço de uma peça nova quando está usando uma recondicionada.

*Artigo 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.*

**Bens Jurídicos:** tutela a dignidade, honra, liberdade pessoal e o exercício do direito do trabalho do consumidor.

**Atos Proibidos:** cobrar dívidas ameaçando, coagindo, constrangendo física (agressão física) ou moralmente (agressão verbal), bem como fazer



afirmações falsas, incorretas ou enganosas que exponham o consumidor a ridículo ou interfiram no seu trabalho, descanso ou lazer.

*Sujeito Ativo:* aquele que efetiva a cobrança.

*Da Infração:* a cobrança de um crédito é garantia constitucional, inclusive inserir o nome do inadimplente no cadastro dos serviços de proteção ao crédito; o que não é permitido é o exercício irregular ou exagerado dessa garantia.

*Artigo 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 e multa.*

*Bens Jurídicos:* direito a informação.

*Atos Proibidos:* não deixar ou dificultar o acesso do consumidor as suas informações presentes nos cadastros, bancos de dados, fichas ou registros; por exemplo, impedir o consumidor que quer verificar seus dados no SPC para possível adimplemento.

*Sujeito Ativo:* aquele que administra, controla os dados do consumidor.

*Da Infração:* não se admite a tentativa.

*Artigo 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 e multa.*

*Bens Jurídicos:* direito a informação, dignidade, imagem, honra e crédito do consumidor.

*Atos Proibidos:* não corrigir as informações erradas sobre o consumidor nos cadastros, banco de dados, fichas ou registros.

*Sujeito Ativo:* o arquivista ou responsável pela manutenção dos dados.

*Da Infração:* é punido o ato de não fazer a correção da informação, como também a correção tardia (passados cinco dias úteis – Artigo 43, §3º/ CDC), já que podem trazer consequências vexatórias ao consumidor, como impedimento de financiamento, de abertura de contas bancárias, de hospedagens em hotéis etc. Não admite a tentativa.

*Artigo 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 anos ou multa.*

*Bens Jurídicos:* direito a informação, transparência da relação de consumo e patrimônio do consumidor.

*Atos Proibidos:* não entregar o termo de garantia preenchido adequadamente e com as devidas especificações, evitando dessa maneira um termo tendencioso que visa eximir o fornecedor de responsabilidade, embora tenha aparência de efetiva garantia. (FILOMENO, 2005, pág. 346)

*Sujeito Ativo:* fornecedor de produto ou serviço, comerciante.

*Da Infração:* essa garantia citada no artigo em questão é a contratual, haja vista que a legal não precisa de termo. Vale ressaltar que o fornecedor não é obrigado a ofertar a garantia contratual, mas uma vez feita, esta deve ser prestada de forma idônea e no ato do fornecimento. Não cabe a tentativa.

## TÍTULO III (CDC) – DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO (ART. 81 A 90)

Dr. Adeilson Alves dos Santos, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Conforme bem apontado pelo Senhor Juiz LUÍS GUSTAVO BARBOSA DE OLIVEIRA, em voto proferido no acórdão n. 311899, da 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, não se pode perder de vista que o Estado brasileiro tem com o fundamento a cidadania e o respeito à dignidade humana, sendo o acesso ao Poder Judiciário um dos meios de sua realização. Há o monopólio estatal da justiça, isto é, o Poder Público chamou para si a responsabilidade e o dever de composição dos litígios. Isto significa que, dentro de um Estado Democrático de Direito não basta a mera enunciação deste poder ou estabelecimento de regras; é preciso que as partes disponham de instrumentos efetivos para a proteção dos direitos reconhecidos pela Constituição Federal ou pela lei. Ou seja, nada representa a proteção formal, é necessário que seja efetiva.

Neste sentido e no que diz respeito à defesa do consumidor em juízo, o Código de Defesa do Consumidor, em seus artigos 81 a 90, traz diretrizes que possibilitam a defesa dos interesses e dos direitos dos consumidores de forma efetiva, permitindo às vítimas de violações exercerem seus direitos em juízo, individualmente, ou a título coletivo.

Isso significa que os abusos praticados por fornecedores contra um grupo de pessoas, ainda que indeterminadas (em que não se identifica cada uma), poderão ser defendidos em juízo pelos representantes públicos, sendo o Ministério Público, União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal, entidades e órgãos da Administração Pública, destinados à defesa dos interesses dos consumidores (Procon, Associações etc.).

Porém, tratando-se de direito individual, como é o caso da inserção do nome do consumidor no cadastro de inadimplentes, a ação coletiva não

será o instrumento adequado. Ainda que se trate de direito individual, mas se for de interesse coletivo haverá legitimidade dos representantes públicos para atuar em juízo, desde que o interesse seja coletivo, entendido este como o que afeta um grupo de consumidores, ligados entre si por uma origem comum (ex: anulação de cláusula em contrato de adesão de plano de saúde).

No caso do exemplo mencionado, tanto o consumidor pode ingressar individualmente em juízo requerendo a anulação de determinada cláusula que esteja contrária ao direito do consumidor, quanto qualquer um dos legitimados para defesa dos interesses coletivos, por meio de ação civil pública, pois os planos de saúde prestam serviços públicos de interesse coletivo.

Nota-se ainda que os artigos 84 e seguintes do CDC reforçam ao juiz o poder de tomar providências que assegurem os resultados práticos quando se tratar de situações em que seja necessário determinar ao fornecedor que se adapte a determinada situação, obrigando-o a fazer ou deixar de fazer algo.

Assim, nos termos do artigo 84, § 5º, além da aplicação de multas e outras cominações, “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”.

Outra determinação que facilita a defesa do consumidor, embora apenas para as ações coletivas, é a dispensa do adiantamento de custas, emolumentos, honorários periciais e quaisquer outras despesas, bem como a não condenação da associação autora.

Cabe ressaltar que em caso de má-fé comprovada, a associação autora será condenada em honorários de advogados, custas e despesas processuais. Neste caso, conforme determina o parágrafo único do artigo 87, os diretores da associação, responsáveis pela propositura da ação,

também arcarão com parte dos honorários advocatícios e ainda podem ser responsabilizados por perdas e danos.

Ressalva-se ainda que o consumidor individual também pode ser dispensado do pagamento de honorários de advogados, custas e despesas processuais, quer seja pela utilização dos Juizados Especiais, quer seja pela concessão de gratuidade de justiça quando atendido os requisitos legais.

Outra questão importante, nos termos do artigo 88, é que a ação de regresso (quando a obrigação também poderia ser cobrada de terceiro) poderá ser ajuizada em processo autônomo, sendo facultada a possibilidade de prosseguir-se nos mesmos autos, porém não é permitida a denunciação da lide (chamar o terceiro ao processo).

A não permissão de denunciação da lide tem o objetivo de se obter a rápida solução do litígio e não prejudica o direito de defesa do réu, pois lhe é facultado exercer o direito de regresso contra os demais responsáveis, nos mesmos autos.

## CAPÍTULO II (CDC) – DAS AÇÕES COLETIVAS PARA A DEFESA DE INTERESSES INDIVIDUAIS HOMOGÊNEOS EM JUÍZO (ART. 91 A 100)

Dr. Marx Amaro Motta, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

- **Conceito**

Primeiramente, informamos o conceito legal de direitos e interesses individuais homogêneos, conforme estabelece o art. 81, parágrafo único, III, do CDC:

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

*[...]*

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

Nesse contexto, para melhor compreensão acrescentamos o conceito doutrinário de interesses individuais homogêneos, de acordo com o jurista MOUTARI CIOCCHETTI DE SOUZA, que assim preconiza:

*“O legislador consumerista, ao reverso do que ocorreu ao conceituar os interesses difusos e coletivos, mostrou grande singeleza ao definir os individuais homogêneos, utilizando-se apenas de uma de suas características para tanto.*

*Em que pese o fato, podemos definir interesses individuais homogêneos como aqueles que dizem respeito a um número determinável de pessoas, titulares de objetos divisíveis e*

*que estão ligadas entre si por um vínculo fático, decorrente da origem comum das lesões.*

*[...]*

*A divisibilidade do objeto, por seu turno, é o grande elemento a diferenciar os interesses individuais homogêneos dos coletivos.*

*Com efeito, a divisibilidade implica poder saber perfeitamente qual a lesão individualmente sofrida pela pessoa, de forma que a reparação do dano pode ser feita caso a caso, ao contrário do que ocorre nos interesses difusos e coletivos, quando a solução do problema beneficiará indistintamente a todos.*

*Mercê da divisibilidade do objeto, os interesses individuais homogêneos – ao reverso do que ocorre com os difusos e coletivos – continuam a ser individuais, podendo, em consequência, ser tutelados em ações movidas pelos próprios interessados, sem embargo de também poderem ser defendidos coletivamente.*

### • **Legitimidade do Ministério Público na Defesa do Consumidor**

Observe-se que, se em concreto a defesa coletiva de interesses individuais homogêneos assumir relevância social, o Ministério Público estará legitimado a propor ação civil pública correspondente, cujo procedimento está previsto na Lei n° 7.347/85, conhecida como Lei da Ação Civil Pública.

Assim, é incorreto dizer que o Ministério Público não pode defender interesses individuais homogêneos disponíveis. Se a defesa de tais interesses envolver larga abrangência social, deverá ser empreendida pelo *Parquet*.

Ademais, segundo o art. 5º da Lei da Ação Civil Pública (LACP – Lei nº 7.347/85), tem titularidade para propor ações coletivas no intuito de tutelar interesses individuais homogêneos em que haja interesse coletivo *lato sensu*, não apenas o Ministério Público, mas também associações de consumidores e organizações de classe fundadas há mais de um ano, tais como a OAB, ou Sindicatos e Conselhos de Classe em que haja fundado interesse consumerista.

- **Legitimidade da OAB na Defesa de Interesses do Consumidor**

Cumprir destacar que a Constituição Cidadã de 1988 elencou a OAB, em especial o seu órgão - Conselho Federal - entre os legitimados, de modo que a entidade dos advogados dispõe ainda da titularidade constitucional de ajuizar ADI (ação direta de inconstitucionalidade) e ADECON (ação direta de constitucionalidade) perante o Supremo Tribunal Federal para questionar ou impugnar a constitucionalidade de leis estaduais e federais. Eis um instrumento complementar de defesa coletiva do consumidor, caso seja editada uma lei consumerista inconstitucional. Há ainda outros demais legitimados: o Procurador Geral da República, a Advocacia Geral da União, entre outros, podem fazê-lo.

- **Legitimados dos Órgãos de Defesa do Consumidor para Defender Interesses do Consumidor**

Os órgãos públicos de defesa do consumidor também têm autorização legal na Lei da Ação Civil Pública, para ajuizá-la, como por exemplo, os próprios PROCONs, no âmbito do Poder Executivo Estadual. Podemos citar também, na esfera federal, o CADE, do Ministério da Justiça, e também a ANATEL, a ANEEL, entre outras agências reguladoras, de caráter autárquico, mas que têm por característica fundamental regular a legalidade do mercado e proteger o consumidor, e portanto também possuem



legitimidade ad causam para ajuizar ações coletivas em favor dos consumidores dos serviços públicos utilizados, de caráter consumerista.

Em seu art. 1º, a Lei da Ação Civil Pública (Lei nº 7.347/85) dispõe quais objetos se propõe a tutelar através de seus princípios procedimentais, a saber: os interesses difusos e coletivos. Ademais, em seu art. 5º, *caput*, e incisos I e II, a LACP estabelece a legitimidade ativa concorrente para a propositura de ação civil pública, sendo legitimados a propô-la: o Ministério Público, a União, os Estados, os Municípios, as autarquias, as empresas públicas, as fundações, as sociedades de economia mista e as associações de defesa do consumidor, constituídas há pelo menos um ano, nos termos da lei civil.

Demais disso, a Constituição Federal de 1988 trouxe significativos avanços em sede de tutela de interesses metaindividuais, dentre os quais podemos destacar a criação de novos instrumentos processuais para tanto, como por exemplo: o mandado de segurança coletivo, previsto no art. 5º, LXX, o mandado de injunção, previsto no art. 5º, LXXI, a ampliação do cabimento da ação popular (art. 5º, LXXIII) e a previsão da ação civil pública (art. 129, III).

- **Da Ação Coletiva e da Ação Civil Pública**

Enfim, fazemos a distinção entre ação coletiva e ação civil pública. Na realidade, ação coletiva é gênero ao qual pertence a espécie ação civil pública. Desse modo, ação coletiva é medida judicial proposta pelas pessoas arroladas no art. 5º da LACP, por sindicatos, associações de classe, cidadãos e por outros legitimados nas esferas constitucional e legal, com o escopo de tutelar direitos difusos, coletivos ou individuais homogêneos. A ação coletiva abrange, pois, não apenas a ação civil pública, mas também a ação popular, o mandado de segurança coletivo e a ação coletiva prevista nos arts. 91 a 100 do Código de Defesa do Consumidor, destinada à defesa de interesses individuais homogêneos dos consumidores.

## CAPÍTULO III (CDC) – DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE DE PRODUTOS E SERVIÇOS (ART. 101 A 102)

Dr. Diogo Fonseca Santos Kutianski, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

O Código de Defesa do Consumidor, também no tocante ao acesso à Justiça, favorece o consumidor, conferindo-lhe vantagens e facilidades com o intuito de equilibrar a relação processual entre este e o fornecedor de produtos e serviços.

Uma das principais medidas neste aspecto encontra-se insculpida no artigo 101 do referido diploma legal, que assim dispõe:

*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 denúncia da lide ao Instituto de Resseguros do Brasil e dispensado o litisconsórcio obrigatório com este.*

A existência de regra específica em favor do consumidor, no tocante à competência para ajuizamento de ação judicial, diferentemente da norma geral prevista no Código de Processo Civil, que prevê, como regra, o domicílio do réu como competente para dirimir as lides, estimula o consumidor, justamente em razão dessa facilidade “extra”, a buscar seus direitos.

O artigo acima transcrito confere ao consumidor a possibilidade de ajuizar uma eventual ação judicial em seu próprio domicílio o que, sem sombra de dúvidas, facilita o seu acesso à Justiça, eis que não necessita demandar grandes esforços para acompanhar a demanda, produzir provas ou até mesmo comparecer às audiências.

Por outro lado, o código de defesa do consumidor também confere outra possibilidade ao consumidor, nos termos de seu artigo 93, I, cuja aplicação expressamente não é excluída pelo artigo 101 acima, onde há a previsão de ajuizamento da ação no “foro do lugar onde ocorreu ou deva ocorrer o dano”.

Deste modo, poderá o consumidor ajuizar a ação em face do fornecedor de produtos e serviços tanto em seu próprio domicílio, quanto no local do dano, ou seja, poderá escolher o foro do local que lhe for mais benéfico.

Outra proteção de grande importância prevista no Capítulo III do Código de Defesa do Consumidor dispõe acerca da possibilidade do ajuizamento de ação, por parte dos entes legitimados, dispostos no artigo 82 do Código, quais sejam, 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; e IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos pelo CDC - para fins de compelir o Poder Público a proibir a produção, divulgação, distribuição ou venda, ou a determinar a alteração na composição, estrutura, fórmula ou acondi-

cionamento de produto, cujo uso ou consumo regular se revele nocivo ou perigoso à saúde pública e à incolumidade pessoal.

*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.*

A intenção do dispositivo acima é que a sociedade, através dos mencionados legitimados, exija do Poder Público uma atitude no sentido de evitar que os fornecedores vendam ou até mesmo distribuam gratuitamente (como, por exemplo, é o caso das “amostras grátis” produtos nocivos ou perigosos à saúde pública e à incolumidade pessoal dos consumidores, o que será feito através de proibições (obrigação de não fazer) ou ordens específicas (obrigação de fazer).

Cumpre ressaltar que tal medida possui natureza eminentemente preventiva, em razão da importância dos direitos tutelados, eis que, no tocante à saúde dos consumidores, ações reparatórias não seriam de grande valia.

## CAPÍTULO IV (CDC) – DA COISA JULGADA (ART. 103 A 104)

Dr. Bruno José de Souza Mello, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

Primeiramente, antes de adentrarmos no referido tema cabe fazer algumas ponderações no que tange ao que sejam a lide e seus efeitos.

Tendo surgido na sociedade um conflito de interesses que se configure em lide, e não sendo possível a sua solução pelos próprios interessados, faz-se necessário recorrer ao Poder Judiciário para dirimir tal conflito. Apresentada a lide ao juiz incumbido da sua solução, proferirá ele, após conhecê-la, sentença, onde haverá (ou não) o reconhecimento do bem jurídico ao autor.

Para que a solução dos conflitos pelo Poder Judiciário tenha a eficácia pretendida de pacificação social, faz-se necessário que suas decisões tenham validade absoluta, sem o que haveria perpetuação das lides. Para tanto, é necessária a atribuição às sentenças das qualidades de imutabilidade e indiscutibilidade, atribuídas com o trânsito em julgado das decisões não mais sujeitas a recurso.

Recebe o nome de coisa julgada formal o fenômeno que torna uma sentença imutável dentro do mesmo processo onde foi proferida, porque esgotados todos os meios de impugnação por decurso do prazo para sua interposição ou por terem todos sido utilizados e decididos.

A qualidade de coisa julgada material impossibilita também a rediscussão quanto à justiça ou injustiça da decisão transitada em julgado. Desta forma, em processo outro, versando sobre diferente lide, dependendo a apreciação desta de decidir-se questão já solucionada em dispositivo de sentença sobre a qual recaiu o manto da coisa julgada material, não poderá o juiz deste segundo processo ir contra aquela decisão, sob pena de violação à coisa julgada, que é garantia constitucional.

O Código de Defesa do Consumidor traz esse fenômeno da coisa julgada

ao dar devida atenção às garantias individuais, ditando que não serão prejudicadas as ações individuais em razão do insucesso da ação coletiva, sem a anuência do indivíduo, estabilizando a coisa julgada material apenas no âmbito da tutela coletiva, sem implicar qualquer repercussão no âmbito individual. Ao passo que a procedência da demanda coletiva torna-se indiscutível pela coisa julgada material, a questão coletiva somente estende seus efeitos para beneficiar os indivíduos em suas ações coletivas, surgindo, assim, a extensão secundumeventum litis: as sentenças somente terão estabilizadas suas eficácias com relação às demandas individuais, quando forem de procedência nas ações coletivas.

Podemos também verificar a coisa julgada no Código de Defesa do Consumidor no seu artigo 103, que traz no seu bojo toda a disciplina da coisa julgada nas ações coletivas, seja definindo seus limites subjetivos (o que equivale a estabelecer quais as entidades e pessoas que serão alcançadas pela autoridade da sentença passada em julgado), seja determinando a ampliação do objeto do processo da ação coletiva, mediante o transporte, in utilibus, do julgado coletivo às ações individuais. É certo que ao tratar da matéria, opinou por adotar o non liquet - que é a possibilidade de o julgador rejeitar a pretensão ante a insuficiência probatória, sem que tal sentença produza a coisa julgada material - e do julgado secundumeventum litis - traduzido pela possibilidade de estender subjetivamente os efeitos da sentença.

Ademais, é imprescindível anotar que a incidência da coisa julgada depende da natureza da sentença, do direito litigioso e do resultado da lide coletiva. Se a sentença for meramente formal, ou seja, quando o processo for extinto sem julgamento do mérito, os efeitos são idênticos ao adotado pelo CPC, conclui-se coisa julgada formal, e seus efeitos ficam adstritos ao processo extinto, permanecendo a controvérsia incólume à apreciação judicial, trazendo a faculdade à parte interessada do ajuizamento de uma nova ação. Mas, se a sentença for definitiva, ou seja, quando o processo é extinto com julgamento do mérito, seus efeitos ficam subordinados ao tratamento estabelecido pela Lei 8.078/90, dependendo da natureza do direito litigioso e do resultado da lide coletiva.

## **TÍTULO IV (CDC) – DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR (ART. 105 A 106)**

Dra. Carolina Cordeiro, Advogada, Colaboradora da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

A Constituição Federal de 1988, em seu artigo 5º, XXXII, estabelece que a defesa do consumidor é direito fundamental de todo cidadão e que é papel do Estado promover esse direito. Por isso, o Estado precisou se organizar estruturalmente para viabilizar essa atuação, ou seja, era necessária a criação de órgãos e entidades públicas que auxiliassem na concretização dos direitos do consumidor. Nos artigos 105 e 106, o Código de Defesa do Consumidor trata do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), que é o conjunto de todos esses órgãos e entidades – públicos e privados – que atuam na promoção da defesa do consumidor.

Para que as instituições presentes no seio da sociedade e do governo sejam fortalecidas e consigam realizar uma atuação eficaz, seria necessário atrelá-las a uma estrutura mais forte e melhor organizada que privilegiasse a defesa do consumidor e buscasse sua consolidação. Com esse intuito, o CDC previu a instituição do SNDC. O SNDC promove um espaço de interação e diálogo entre os entes públicos e privados com vistas à defesa do consumidor. Ele atua também com a finalidade de reduzir o desequilíbrio nas relações de consumo e de atenuar a vulnerabilidade por meio da articulação de diversos atores sociais.

No que se refere a sua composição, o SNDC é formado por órgãos federais, estaduais e municipais, além das entidades privadas de defesa do consumidor, nos termos do artigo 105 do CDC. Destacam-se como atores desse sistema órgãos e entidades estatais de todas as três esferas,

aliados às associações civis, cujos esforços somados levariam à “implementação efetiva dos direitos do consumidor e para o respeito da pessoa humana na relação de consumo”. Os mais conhecidos membros desse Sistema são os Procons, as delegacias do consumidor e as entidades privadas de defesa do consumidor, mas também atuam conjuntamente nessa defesa as defensorias e o Ministério Público.

Por muitos anos, a coordenação desse Sistema competiu ao DPDC (Departamento Nacional de Defesa do Consumidor), que era órgão da Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O DPDC fez um trabalho muito expressivo, de modo a viabilizar o tão esperado diálogo interinstitucional. Entretanto, ainda assim existiam falhas e lacunas no Sistema. A necessidade de aprimorar a atuação do SNDC e fortalecê-lo levou, recentemente, à sua reestruturação. Em 29 de maio de 2012 foi publicado o decreto n. 7.738, que criou a Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor – SENACON –, órgão do Ministério da Justiça que terá competência de coordenar o SNDC, em substituição ao agora extinto DPDC, e também será responsável pela política nacional das relações de consumo (PNRC). Essas mudanças estruturais vêm para fortalecer o Sistema por significar maior autonomia administrativa, além de reforço orçamentário e de pessoal. Uma secretaria específica para tutelar a defesa do consumidor dá maior destaque à atuação do Estado nesse âmbito. Por fim, ressalte-se o fortalecimento do SNDC a partir da criação dessa secretaria e o destaque dado à defesa do consumidor em âmbito estatal, especialmente em face das mudanças verificadas na sociedade brasileira e no mercado nos últimos anos.



# ASSUNTOS GERAIS

## 1. Os Órgãos de Defesa do Consumidor

Dr. Marcos Lopes Coelho, Advogado, Secretário-Geral da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF, Diretor Jurídico do IDC/PROCON-DF

### 1.1 Dos Órgãos e Entidades que Colocam em Prática os Dispositivos do Código

O legislador atendeu bem à Constituição, que determinou no artigo 5º, XXXII, que o Estado promoveria, na forma da lei, a defesa do consumidor.

Após esta determinação, bastaram apenas dois anos para que o Brasil se tornasse referência mundial em legislação específica para proteção e defesa do consumidor.

Nosso Código é reconhecido como a melhor e mais avançada legislação sobre a matéria e é base para a legislação de vários países em desenvolvimento e, até mesmo, países de primeiro mundo.

Em atendimento à determinação Constitucional, foi criada a Política Nacional de Defesa do Consumidor, que, segundo o artigo 4º do CDC, tem o objetivo de dar atendimento às necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria da sua qualidade de vida, bem como transparência e harmonia das relações de consumo.

Tal política não poderia ser desenvolvida se não fossem criados mecanismos para se colocar em prática os direitos dos consumidores, dando assim efetividade à nova lei.

Foi quando surgiram os entes de defesa do consumidor que exercem hoje o papel de proteção e defesa do consumidor em nosso país.

O artigo 5º do CDC determina que, 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 ao desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Atento a tais determinações, o Estado deu início à criação de órgãos e entidades que colocassem em prática os dispositivos do Código, fazendo com que o consumidor viesse, efetivamente, a ter seus direitos garantidos.

## **1.2 Da Defensoria Pública**

No inciso I, determinou-se a manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente.

Foram criados, então, núcleos de Defensoria Pública especializados na proteção e defesa do consumidor carente.

A Defensoria Pública exerce papel de grande relevância na defesa do consumidor, prestando as orientações necessárias e propondo, ao Poder Judiciário, as ações cabíveis para a defesa do consumidor.

Conforme determinação contida no artigo 83 do CDC, para a defesa dos direitos e interesses dos consumidores são admissíveis todas as espé-

cies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela, sendo este o papel crucial da Defensoria Pública.

Onde encontrar a Defensoria Pública:

### **BRASÍLIA**

Praça Municipal, lote 01 Palácio da Justiça – TJDFT Bloco B 1º andar ANEXO 2

Telefone: 3341-3299 / 3343-1233 / 3343-6884

### **BRAZLÂNDIA**

AE 04 Rua 10 lote 04 – Fórum - Setor Tradicional Brazlândia

Telefone: 3905-6730

### **CEILÂNDIA**

AE 01 QNM 11 – Fórum

Telefone: 3471-1546 / 3103-9300

### **DEFESA DO CONSUMIDOR**

Estação do Metrô 114 Sul, Praça do Cidadão, salas 2, 3 e 6 (galeria)

Telefone: 3346-7074 / 3346-3210

### **FÓRUM JÚLIO MIRABETE**

SRTVS, Quadra 701 Bloco N, Ed. Intercom - Térreo

Telefone: 3901-6155

### **GAMA**

Quadra 01, AE 01 – Setor Norte

Telefone: 3103-1309 / 3272-7431 / 3273-3975 / 3274-1643

### **GUARÁ**

AE 08, lote F – Guará II

Telefone: 3301-8572 / 3301-3096

### **INFÂNCIA E JUVENTUDE**

SGAN Quadra 909 – BL D/E – Asa Norte

Telefone: 3349-5000

## **INICIAIS DE BRASÍLIA**

Estação do Metrô 114 Sul, Praça do Cidadão, salas 2,3 e 6 (galeria)

Telefones: 3346-7047 / 3346-7074 / 3346-3210

## **NÚCLEO BANDEIRANTE**

Av. Contorno, Área Especial 13

Telefone: 3103-2099/ 3103-2003 / 3103-2004

## **PARANOÁ**

Quadra 02, Conjunto C, Lote A

Telefone: 3905-1448

## **PLANALTINA**

Via WL 02 , Conjunto S/N, Setor Administrativo - Ed. do Fórum

Telefone: 3389-8307

## **PLANTÃO**

Fórum José Júlio Leal Fagundes, Setor de Múltiplas Atividades Sul, trecho 3, Lotes 4/6 – Bloco I

Telefone: 3103-1765

## **SAMAMBAIA**

QR 32, Centro Urbano Quadra 302 - Ed. do Fórum

Telefone: 3357-2616

## **SANTA MARIA**

QR 211, Lote 01, Conjunto 01 – Fórum

Telefone: 3394-5377

## **SÃO SEBASTIÃO**

CNA Setor de Múltiplas Atividades, Lote 04 - Fórum Desembargador Evandro Mota e Matos

Telefone: 3905-6775 / 3905-6776

## **SAÚDE**

Edifício Venâncio 2000 - SCS - Bloco B60- 2º andar - sala 240

Telefone: 3905-4779 / 3905-4710

## **SOBRADINHO**

Quadra Central, Lote F – Fórum  
Telefone: 3591-0263 / 3103-3073

## **TAGUATINGA**

AE 23, Setor C Norte - salas 36 a 39  
Telefone: 3562-9223 / 3103-8049 / 3562-4636 / 3352-0032  
Site eletrônico: [www.defensoria.df.gov.br](http://www.defensoria.df.gov.br)

### **1.3 Das Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor**

No inciso II, determinou-se a instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor no âmbito do Ministério Público.

A Promotoria de Justiça de Defesa dos Direitos do Consumidor, também conhecida como PRODECON, exerce o papel de defesa dos consumidores coletivamente. Ou seja, defende aqueles interesses que atingem, de maneira uniforme, um número expressivo de consumidores, atuando nas áreas cível e criminal.

A PRODECON não age quando o interesse versar sobre um único consumidor, devendo este buscar a solução de seus problemas relacionados ao consumo por outros meios, como registro de reclamação no Procon, registro de ocorrência policial na DECON, propositura de ação perante o Poder Judiciário etc.

Hoje, o Ministério Público do Distrito Federal conta com cinco Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, que estão sempre prontas a defender a coletividade de consumidores do Distrito Federal.

Onde encontrar Promotorias de Justiça de Defesa dos Direitos do Consumidor – PRODECON:

Endereço: Ed. Sede do MPDFT, Sala 118, 120, 124, 126 e 130.  
Telefones: (61) 3343-9851 / 3343-9852 / 3343-9550 / 3343-9554 / 3343-9857  
E-mail: [prodecon@mpdft.gov.br](mailto:prodecon@mpdft.gov.br)

## 1.4 DECON - Delegacia do Consumidor

O inciso III determina a criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo.

A Delegacia do Consumidor é órgão da polícia civil que tem por atribuição principal apurar, por meio do inquérito policial ou termo circunstanciado, os crimes praticados contra os consumidores.

Apesar da determinação do CDC, nem todas as cidades possuem uma delegacia de polícia específica para apurar as infrações penais cujas vítimas sejam consumidores.

Brasília, ao contrário da maioria, possui uma delegacia especializada para apurar os crimes cometidos contra os consumidores do Distrito Federal.

O CDC define os crimes contra as relações de consumo em seus artigos 61 a 80, definindo como crime, por exemplo: fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva; 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; deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo; dentre outras práticas.

Onde encontrar a DECON:

End.: Setor de Áreas Isoladas, S/N, Bl. D, Sudoeste, Brasília – DF.  
Telefone: (61) 3362-5634 / 3362-5935

## 1.5 Dos Juizados Especiais

O inciso IV determina a criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo.

Não se tem conhecimento de Varas ou Juizados Especiais específicos para a solução de litígios de consumo.

Entretanto, o Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios dispõe de Juizados Especiais de Competência Geral que julgam qualquer tipo de ação de sua competência, inclusive ações relacionadas à relação de consumo.

Para se pleitear perante os Juizados é bem simples. Basta que o consumidor que foi lesado na relação de consumo compareça ao Setor de Redução a Termo de um dos Juizados Especiais, narrando seu caso ao servidor do fórum, que ira confeccionar uma petição a ser encaminhada ao juiz, que, posteriormente, decidirá o caso.

Entretanto, este procedimento somente será possível para ações cujo valor pleiteado pelo consumidor seja de, no máximo, 20 salários mínimos.

Para ações com valor superior a 20 salários mínimos, torna obrigatória a representação por advogado, seja público ou particular, podendo pleitear valores não superiores a 40 salários mínimos, sendo este o limite para ações nos Juizados Especiais. Para pleitear valores acima de 40 salários mínimos, a ação deve ser proposta nas Varas Cíveis.

Onde encontrar os Juizados Especiais:

### **BRASÍLIA- FÓRUM DESEMBARGADOR JOSÉ JÚLIO LEAL FAGUNDES**

Endereço: Smas - Setor De Múltiplas Atividades Sul - Trecho 4 - Lotes 6/4

Cidade: Brasília (Fórum Leal Fagundes) -

CEP: 70610-906

**GUARÁ - JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS E CRIMINAIS**

Endereço: Sria, Área Especial 08 - Lote F

Cidade: Guará II (Juizados) - CEP: 71070-667

**BRAZLÂNDIA - FÓRUM DESEMBARGADOR MÁRCIO RIBEIRO**

Endereço: Área Especial N.º 04 - Rua 10 - Setor Tradicional - Lote 04

Cidade: Brazlândia (Fórum) - CEP: 72720-640

**CEILÂNDIA - FÓRUM DESEMBARGADOR JOSÉ MANOEL COELHO**

Endereço: Qnm 11 - Área Especial N.º 01 - Ceilândia Centro

Cidade: Ceilândia (Fórum) - CEP: 72215-110

**GAMA - FÓRUM DESEMBARGADOR JOSÉ FERNANDES DE ANDRADE**

Endereço: Área Especial Quadra 01 - Setor Norte

Cidade: Gama (Fórum) - CEP: 72430-900

**NÚCLEO BANDEIRANTE - FÓRUM DESEMBARGADOR HUGO AULER**

Endereço: Avenida Contorno - Área Especial Nº 13 - Lote 14

Cidade: Núcleo Bandeirante (Fórum) - CEP: 71505-535

**PARANOÁ - FÓRUM DESEMBARGADOR MAURO RENAN BITTENCOURT**

Endereço: Área Especial N.02 - Quadra 03

Cidade: Paranoá (Fórum) - CEP: 71570-030

**PLANALTINA - FÓRUM DESEMBARGADOR LÚCIO BATISTA ARANTES**

Endereço: Avenida W12 - Setor Administrativo - Lote 420

Cidade: Planaltina (Fórum) - CEP: 73310-900

**RIACHO FUNDO - FÓRUM**

Endereço: Riacho Fundo (Fórum)

Cidade: Riacho Fundo - CEP: 70000-000

**SAMAMBAIA - FÓRUM DESEMBARGADOR RAIMUNDO MACEDO**

Endereço: Qr 302 - Conjunto 1 - Área Urbana I - Samambaia Sul

Cidade: Samambaia Sul (Fórum) - CEP: 72300-603

**SANTA MARIA - FÓRUM DESEMBARGADOR JOSÉ DILERMANDO MEIRELES**

Endereço: Avenida Dos Alagados - Quadra 211 - Lote 01 - Conjunta A

Cidade: Santa Maria (Fórum) - CEP: 72511-100



### **SÃO SEBASTIÃO - FÓRUM DESEMBARGADOR EVERARDS MOTA E MATOS**

Endereço: Área De Múltiplas Atividades, Lote 4

Cidade: São Sebastião (Fórum) - CEP: 71691-001

### **SOBRADINHO - FÓRUM DESEMBARGADOR JUSCELINO JOSÉ RIBEIRO**

Endereço: Setor de Administração Cultural - Quadra Central - Lote F

Cidade: Sobradinho (Fórum) - CEP: 73010-701

### **TAGUATINGA - FÓRUM DESEMBARGADOR ANTÔNIO MELO MARTINS**

Endereço: Área Especial N. 23 - Setor C Norte - Av. Sandú - Taguatinga Norte

Cidade: Taguatinga (Fórum) - CEP: 72115-901

## **1.6 DO PROCON**

O PROCON é o responsável pela coordenação e execução da política estadual de proteção, amparo e defesa do consumidor.

Cabe ao PROCON orientar, receber, analisar e encaminhar reclamações, consultas e denúncias de consumidores e fiscalizar preventivamente ações que possam violar os direitos do consumidor.

Sua principal atribuição é aplicar, diretamente, penalidades às empresas que violam direitos do consumidor. De acordo com o CDC (art. 56), podem ser aplicadas, entre outras, as seguintes sanções administrativas (penalidades): multa, apreensão do produto, inutilização do produto, cassação do registro do produto junto ao órgão competente, proibição de fabricação do produto, suspensão do fornecimento de produtos e serviços, suspensão temporária de atividades.

Entre as penalidades, cabe destacar a previsão de interdição do estabelecimento (art. 56, X). A experiência tem demonstrado que se trata da única sanção administrativa eficaz para os casos de fornecedores que têm quase como hábito desrespeitar os direitos do consumidor. É medida de grande valor preventivo, na medida em que impede novas lesões

a um número indeterminado de pessoas. Não se pode aceitar o funcionamento de empresa que reiteradamente viola as normas de proteção ao consumo.

Em geral, todas as sanções são aplicadas por intermédio de procedimento administrativo que deve assegurar ampla defesa ao fornecedor. Todavia, a lei prevê no parágrafo único do art. 56 a possibilidade de aplicação de medidas cautelares, ou seja, independentemente de prévia manifestação da empresa.

O PROCON, além de aplicação de sanções administrativas, também exerce importante trabalho de informação dos direitos do consumidor e de conciliação entre as partes.

Assim, o consumidor lesado pode, antes de levar o caso à Justiça, dirigir-se ao PROCON e apresentar uma reclamação. Devem ser anexadas às reclamações cópias de todos os documentos que possam auxiliar no esclarecimento dos fatos.

Anualmente, com base no art. 44 do CDC, o Procon/DF emite relação de fornecedores que não respeitam os direitos dos consumidores, o chamado Cadastro de Reclamações Fundamentadas.

O Procon/DF possui o número telefônico 151 para esclarecer dúvidas e oferecer informações aos interessados, nove postos de atendimento presencial e dois ônibus que atendem às cidades onde não existem postos de atendimento.

Além disso, o consumidor pode obter atendimento, também, pelo site eletrônico do PROCON/DF na internet, por meio do PROCON DIGITAL.

O novo sistema permitirá que o consumidor receba orientações, ofereça denúncias e registre reclamações sem precisar se deslocar a um dos postos de atendimento.

Onde encontrar o PROCON/DF:

### **PROCON CENTRAL**

ENDEREÇO: SCS Venâncio 2000 Bl. B-60 Sala 240 – CEP: 70.333-900

TELEFONE: 151

E-MAIL: [procon.postos.gdf@gmail.com](mailto:procon.postos.gdf@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 8h00min às 17h00min

### **PROCON GAMA**

ENDEREÇO: Área Especial - 01 E/Q 55/56 - Central Shopping - Projeto NA HORA – CEP: 72.405-601

E-MAIL: [procon.gama@gmail.com](mailto:procon.gama@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 7h30min às 19h30min

### **PROCON BRAZLÂNDIA**

ENDEREÇO: Quadra 19 Lote 19 - Setor Tradicional – Brazlândia – CEP: 72.720-190

E-MAIL: [procon.braz@gmail.com](mailto:procon.braz@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 08h00min às 17h00min

### **PROCON GUARÁ**

ENDEREÇO: A.E CAVE Administração Regional do Guarά – CEP: 71.065-330

E-MAIL: [atendimentoprocon.guara@gmail.com](mailto:atendimentoprocon.guara@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 08h00min às 17h00min

### **PROCON RODOVIÁRIA**

ENDEREÇO: Subsolo da Estação Rodoviária de Brasília - Plataforma D – Projeto NA HORA – CEP: 70.842-970

E-MAIL: [procondf.nahora@gmail.com](mailto:procondf.nahora@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 7h30min às 19h30min

### **PROCON CEILÂNDIA**

ENDEREÇO: QNM 12 VIA NM 12A LOTE 18/20 – Ceilândia Norte – Projeto NA HORA - CEP: 72.210-120

E-MAIL: [postoproconceilandia@gmail.com](mailto:postoproconceilandia@gmail.com)

FUNIONAMENTO: 7h30min às 19h30min

### **PROCON SOBRADINHO**

ENDEREÇO: QD. Central BL. 11 Lote 07 – Serra Shopping – Projeto  
NA HORA – CEP: 73.010-700  
E-MAIL: [procon.sobradinho@gmail.com](mailto:procon.sobradinho@gmail.com)  
FUNCIONAMENTO: 7h30min às 19h30min

### **PROCON PLANALTINA**

DATA DA INAUGURAÇÃO: 16/03/2012  
ENDEREÇO: VIA WL 02 - Setor Administrativo – Administração  
Regional de Planaltina – CEP: 73.330-400  
E-MAIL: [procon.planaltinadf@gmail.com](mailto:procon.planaltinadf@gmail.com)  
FUNCIONAMENTO: 08h00min às 17h00min

### **PROCON TAGUATINGA**

ENDEREÇO: Shopping Top Mall - Avenida Comercial Norte – Projeto  
NA HORA – CEP: 72.125-525  
E-MAIL: [procon.postos02@gmail.com](mailto:procon.postos02@gmail.com)  
FUNCIONAMENTO: 07h30min às 19h30min  
Telefone: 151  
Site eletrônico: [www.procon.df.gov.br](http://www.procon.df.gov.br)

### **PROCON DIGITAL**

Site eletrônico: [www.procondigital.procon.df.gov.br](http://www.procondigital.procon.df.gov.br)

## **1.7 Das Associações Cíveis de Proteção ao Consumidor**

Existem, ainda, entidades cíveis ou organizações não governamentais (ONG) de defesa do consumidor.

São associações privadas, sem fins lucrativos, instituídas por iniciativa de um grupo de pessoas para promover a defesa dos direitos e interesses do consumidor.

Procure uma Associação em sua cidade.

## 2. Direito do Consumidor na Educação Privada

Dr. Luis Claudio Megjorin, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF. Presidente da ASPA-DF (Associação de Pais e Alunos das Instituições de Ensino do DF)

### 2.1 Da Prestação de Serviço Educacional em Instituições Privadas

Muitas pessoas não têm ideia de que o CDC tutela os consumidores da educação privada. A prestação de serviços educacionais privados corresponde a uma típica relação consumerista. Assim dispõe o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 11/09/1990), em seu 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.” (grifamos).*

E diz ainda:

*“§ 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.”*

Para os usuários do serviço de educação privada, essa proteção do CDC é uma vantagem, pois além das normas que regem os sistemas de educação, principalmente a Lei 9.870/99, o Código Civil e a LDB, o sistema privado também encontra limites, pois é regulado pelo próprio Código de Defesa do Consumidor, importante norma que visa proteger a parte mais fraca de uma relação de consumo: o aluno/contratante.

Essa relação de consumo deve ser exercida dentro da maior transparência possível, o que é exigido na concretização de qualquer negócio. O serviço prestado possui nuances muito complexas, pois envolve inúmeros detalhes, tais como: proposta pedagógica, carga horária, critérios de matrícula, aplicação de avaliações, aprovação/reprovação, disciplinas, aulas extras curriculares, segurança da integridade física e moral dos alunos, dentre outros.

No ato da matrícula, os pais ou o aluno assinam um contrato de adesão. Esse contrato, pela complexidade e a natureza do serviço, não contém todas as minúcias da relação que está sendo travada a partir daquele momento. Aplica-se aos serviços educacionais o conceito de contrato de adesão, pois o contratante não tem a possibilidade de alterar as disposições contratuais preestabelecidas, cabendo-lhe apenas e tão somente aceitar ou não aquelas condições unilateralmente estabelecidas.

Em que pese esse fato, é importante que se tenha em mente que, caso se observem eventuais abusos ou cláusulas abusivas de direitos de um lado ou de outro, o contrato poderá ser revisto pelo Judiciário.

Ao longo dessa relação e fruição do contrato, pais e alunos se depararão com muitas situações que lhes podem causar surpresa, positiva ou negativa, como qualquer outra relação humana. Nesse sentido, a transparência e o respeito devem ser ainda maiores para com o contratante/aluno, pois isso demonstrará a qualidade da responsabilidade civil que deve pautar um serviço de tão grande relevância social, que é a educação.

A escolha de uma escola ou faculdade para nossos filhos sempre causa certa preocupação, pois atualmente há muitas Instituições Privadas. Existem escolas e faculdades para todos os gostos e bolsos. No Distrito Federal ocorre um fenômeno que não se verifica na maioria dos Estados da Federação. Aqui existe um alto índice de privatização do ensino, tanto na educação básica quanto na superior.

Assim, temos cerca de 480 escolas privadas registradas na SEDF e cerca

de 200 outras escolas clandestinas, ainda não registradas. Já as públicas são cerca de 650. Isso demonstra o alto índice de privatização do ensino no DF. No Brasil, o índice de matrículas na educação básica é de 85% públicas e 15% privadas. Essa situação é uma anomalia do nosso sistema educacional, fato que não ocorre nos países de primeiro mundo, onde a educação básica privada é exceção.

Infelizmente, a partir dos anos 70 houve uma queda acentuada na qualidade do ensino público e, via de consequência, um incentivo à criação das escolas privadas. Assim, a população com um poder aquisitivo melhor acaba migrando para o ensino privado, pouco importando a qualidade deste.

Diante dessa realidade, observamos um “mercado aquecido”, termo utilizado pelo próprio sindicato da classe, cada vez mais atraente para o empresariado do setor de educação. Vimos fusões e novas escolas e faculdades surgindo de forma acelerada nos últimos anos.

Essa realidade acaba por expor certa fragilidade dos pais e alunos diante do poderio econômico das instituições de ensino privado. Logo, não sendo um setor muito regulado, não é raro surgirem abusos perpetrados por algumas instituições, que se aproveitam do conceito de livre iniciativa privada.

Há sempre um conflito de interesses na forma de atuação, pois as entidades, mesmo sendo privadas, atuam como agentes públicos lato sensu, pois prestam um serviço público que é a educação. Nesse sentido, em algumas situações agem como autoridades coatoras, podendo ser demandadas nas Varas de Fazenda Pública ou Federais.

Assim, quando lhes interessam, elas apelam para as leis gerais de educação e querem sempre estar enquadradas buscando do Poder Público mais subsídios e, nesse momento, agem como agentes públicos. Por outro lado, muitas instituições não têm o devido cuidado no trato com o consumidor de seus serviços.

Esse fato expõe o constante atrito entre o interesse público relevante, que é a educação, e o interesse da livre iniciativa que rege a atividade empresarial, lucrativa. Costumamos dizer que: a educação pública não é gratuita, e a educação privada presta um serviço público.

## 2.2 Educação Privada na Constituição Federal

Antes de mais nada, importante que se tenha em mente que o usuário do sistema privado de educação paga duas vezes pela educação no Brasil, pois banca o ensino público, mediante alta carga tributária, dele não usufruindo, por não ser de boa qualidade, e ainda tem que arcar com o ensino particular.

É bom que se tenha em mente que a educação privada presta um serviço público, pois é exercido por autorização estatal em virtude de a educação ser um dever do Estado, podendo ser exercido por entes privados, conforme autoriza a Constituição Federal:

*Art. 205. A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho.*

*Art. 209. O ensino é livre à iniciativa privada, atendidas as seguintes condições:*

*I - cumprimento das normas gerais da educação nacional;*

*II - autorização e avaliação de qualidade pelo Poder Público.*

Podemos dizer ainda que, de certa forma, as Instituições de Ensino Privadas no Brasil são, em parte, subsidiadas pelo Estado, pois gozam de isenções fiscais e, via de consequência, o governo deixa de arrecadar alguns impostos.



Muitas dessas instituições intitulam-se filantrópicas e sem fins lucrativos. Na verdade, esses termos são uma ficção jurídica para legitimar isenções fiscais, pois todas as instituições privadas visam, de certa forma, ao lucro. Isto porque tudo é reinvestido na própria atividade ou na instituição.

### **2.3 Da Responsabilidade Social do Empresário da Educação**

Uma crítica cabível a alguns empresários que exploram a educação privada é que, via de regra, muitos não têm a responsabilidade social e agem no melhor interesse do seu investimento, ou melhor, no investimento que os consumidores fazem nessas instituições.

No meio da concepção desse serviço, que envolve interesse público e privado, estão os usuários desse sistema, pessoas que são consideradas hipossuficientes (a parte mais vulnerável), indivíduos que merecem proteção do Estado contra eventuais abusos em virtude de sua fragilidade considerada individualmente, face ao poderio econômico do empresário.

Já ouvimos frases como esta à guisa de aumento de mensalidades escolares: “Os pais que não estão satisfeitos com o índice de aumento que coloquem seus filhos na escola pública.”

Por outro lado, infelizmente, já ouvimos orientação de Procons dizendo: “Os pais são livres para buscarem outra escola se o aumento for considerado abusivo”. A nosso ver, esse tipo de orientação serve para outros produtos e serviços, por exemplo: a concorrência de mercado das empresas de telefonia. A empresa sabe que, se aumentar muito o preço e cair a qualidade do serviço, os consumidores irão pedir a portabilidade de seu número telefônico e migrarão para outra empresa.

Entretanto, na educação é diferente, pois um pai não pode mudar o seu filho de escola a cada problema, pois escola não é um “produto” que tem portabilidade. As emoções, os amigos, o amor de uma criança por uma escola não é de fácil transferência. Não há, neste caso, substitutos perfeitos.

É nesse sentido que o CDC pode e deve ser utilizado por pais e alunos. É nesse ponto que reside a Responsabilidade Social dos empresários da educação, pois não podem abusar da sua liberdade de livre iniciativa e deixar de prestar um serviço de qualidade e com respeito ao consumidor.

## **2.4 Planilha de Custos e Mensalidades**

Um dos maiores atritos a que assistimos entre pais e alunos nas instituições privadas são, sem dúvida, os constantes aumentos anuais. Vemos sempre os Procons orientando sobre a tal PLANILHA, mas os pais não sabem e não têm acesso fácil a esse documento.

Na verdade, planilha de custos é mais uma ficção jurídica que até hoje é invocada, mas que na prática não soluciona problemas, pelo contrário, por vezes causa mais dúvidas. É uma palavra que somente ouvimos uma vez por ano.

Ora, os valores das mensalidades para cada exercício são apurados por planilhas de custos e, 45 dias antes das matrículas escolares, as instituições de ensino devem ter apurados valores e número de vagas de acordo com a Lei nº 9.870, de 23 de novembro de 1999.

As instituições de ensino devem também permitir aos pais e alunos o acesso aos dados da planilha. Mas muitas instituições não facilitam esse acesso. Por vezes, os órgãos de defesa dos consumidores têm que ser acionados.

Muito embora a planilha não esclareça tudo, o acesso a esta deve ser franqueado, pois através dela, mesmo de forma incompleta, às vezes podem ser levantados dados que subsidiem uma investigação sobre eventual abuso na aplicação de determinado índice de aumento.

Interessante notar que todos os anos o sindicato da categoria promove um curso de formação de planilha. Isso já mostra a complexidade da

questão. Não será um consumidor leigo a pessoa mais indicada para analisar esse documento, que é elaborado com muito esmero pelos donos de escolas e faculdades.

Não raras vezes entidades que lutam pelo direito do consumidor se veem em uma situação de grande dúvida, simplesmente pelo fato de que uma análise contábil só é possível ser feita mediante o cotejo, lado a lado, de DESPESAS e RECEITAS. E na planilha não se tem a parte de ouro, a receita, mas somente as despesas.

Temos acompanhado na Prodecon (Promotoria de Defesa do Direito do Consumidor do DF) procedimentos que visam investigar eventuais abusos cometidos nos aumentos das mensalidades. A tarefa parece ser hercúlea, muitas vezes os documentos são disponibilizados pelas instituições de ensino de forma incompleta e pouco transparente, o que torna a detecção de abusividade nem sempre visível.

Chamamos a planilha de custo uma ficção jurídica, pois nosso legislador, ao criá-la, parece ter feito apenas para que as instituições de ensino justifiquem minimamente o motivo do aumento. O resto fica encoberto sob o manto da liberdade da iniciativa privada. Isto porque as escolas são entidades de capital fechado. Não existe lei que as faça abrir toda sua contabilidade, a menos, é claro, em procedimento na Prodecon e eventual Ação Civil Pública, mas com o devido sigilo resguardado.

Para se ter uma ideia, no DF os aumentos anuais das mensalidades escolares há cinco anos passam em muito da inflação medida no período de um ano. Em 2012, tivemos aumentos da ordem de 12% a 14%, sendo que o índice de inflação oficial chegou a 6%.

## **2.5 Do Defeito na Prestação do Serviço Educacional**

O CDC também pode ser utilizado quando se verificar defeito na prestação de serviços. Todo serviço oferecido por qualquer empresa, e na

educação não é diferente, deve ter as características de boa qualidade que se exige a partir da contraprestação que se tem. Uma instituição educacional deve oferecer serviços compatíveis e eficazes para o fim a que se destina: o bom aprendizado.

A exigência da boa qualidade do ensino deve ser observada pela escola ou faculdade e, principalmente, exigida pelos pais e alunos. O fato, por si só, de uma instituição ser privada, não garante necessariamente uma qualidade superior ao ensino público. Os consumidores do serviço educacional devem sempre comparar o desempenho da entidade com os indicadores oferecidos pelo Governo Federal/MEC/INEP.

Por fim, importante dizer ainda que, caso esse acompanhamento da qualidade não seja feito, o investimento que os pais e alunos fazem na instituição de ensino escolhida pode ser frustrado. Não apenas o retorno do desempenho deve ser percebido, mas as condições gerais e a estrutura da entidade de ensino devem ser observadas, tais como: qualidade dos professores, limpeza e conservação das estruturas, biblioteca, laboratórios e equipamentos em geral, bem como o cuidado com a segurança das crianças, adolescentes, jovens e público em geral. Tudo isso é passível de ser exigido, pois tais cuidados denotam a qualidade do serviço ofertado pelo qual se paga um preço muito alto, e o consumidor consciente deve exigir.

### **3. Da Oferta de Produtos e Serviços**

Dr. Marco Aurélio Leite Andrade, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF.

#### **3.1 Do conceito de oferta**

No primeiro momento convém mencionar que, segundo o art. 30 do Código de Defesa do Consumidor (CDC), oferta é toda informação ou publicidade suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, que obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

Assim, a proteção do CDC no que se refere à oferta de um produto ou serviço feita por um fornecedor vai além das cláusulas do contrato, sendo que toda comunicação direcionada ao consumidor<sup>iii</sup> consiste em oferta de produto ou serviço e integrará o contrato.

#### **3.2 Da obrigatoriedade do cumprimento da oferta feita pelo fornecedor ao consumidor**

Toda oferta feita pelo fornecedor<sup>iv</sup>, seja por informação ou publicidade, gerará ao consumidor o direito de exigir daquele o produto ou serviço exatamente como lhe fora prometido, ou seja, haverá a vinculação da oferta.

Conforme bem lecionou o mestre BENJAMIN<sup>v</sup>, a vinculação atua de duas maneiras: primeiro, obrigando o fornecedor, mesmo que se negue a contratar, inclusive quando seu texto o diga de modo diverso, pretendendo afastar o caráter vinculante.

Ademais, de acordo com o art. 48 do CDC, as declarações de vontade constantes de escritos particulares, recibos e pré-contratos relativos às relações de consumo vinculam o fornecedor.

Pela importância citamos um exemplo mencionado pelo ilustre professor NUNES<sup>VI</sup>, em seus ensinamentos acerca do tema, a saber:

*“Suponhamos que uma construtora faça anúncio de venda de apartamentos, que já são entregues com armários embutidos no quarto. Atraído o consumidor, ele adquire o imóvel mediante escritura pública da qual não consta que o bem está sendo entregue com os armários embutidos. E, de fato, recebendo as chaves e tomando posse, o consumidor percebe a falta dos armários. Como fica a relação?”*

*O outro sentido disposto no art. 30, ao expressar “integra o contrato a ser celebrado”, é o de que, uma vez feita a oferta, todos os elementos que a compõem, desde já, integram o contrato a ser celebrado, mesmo que, quando de sua assinatura, o fornecedor omita algum ou alguns dos elementos que dele constavam.*

*“Não resta dúvida de que, no caso do exemplo, a construtora está obrigada a cumprir a oferta, instalando os armários embutidos, exatamente como fora anunciado.”*

### **3.3 Da proteção do CDC ao consumidor em caso de o fornecedor não cumprir a oferta veiculada de seus produtos ou serviços**

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece no artigo 35 que o consumidor não ficará desprotegido caso o fornecedor se negue a cumprir o que lhe foi prometido; senão vejamos:

*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.*

No exemplo citado, caso a construtora se recusasse a instalar os armários conforme prometido em ato anterior à assinatura do contrato, o consumidor poderia exigir o cumprimento forçado do que fora prometido; ou rescindir a compra do produto (imóvel), restituindo-se ao comprador a quantia paga mais perdas e danos, ou ainda aceitar outro produto equivalente aos armários não entregues pelo fornecedor.

### **3.4 Dos requisitos necessários para que haja a obrigatoriedade de cumprimento da oferta de produtos ou serviços pelo fornecedor**

A oferta, informação ou publicidade feita pelo fornecedor deverá primeiramente ser veiculada pelo fornecedor. Deste, o consumidor somente poderá exigir algo que lhe foi oferecido ou que tenha chegado a seu conhecimento. Para o CDC é considerada veiculada a oferta feita por qualquer forma ou meio de comunicação.

Vale enfatizar que a oferta não deve ser onerosa ao consumidor.<sup>viii</sup>

Além disso, o artigo 30<sup>ix</sup> do CDC enfatiza que a oferta deverá ser suficientemente precisa. Dessa forma, o oferecimento do produto ou serviço deve conter características específicas que possibilitem ao consumidor exigir do fornecedor, em termos práticos, o que lhe fora prometido.

### 3.5 Da obrigatoriedade de cumprimento pelo fornecedor de oferta feita por seu vendedor ao consumidor

O art. 30 do CDC protege o consumidor não somente nas ofertas feitas pelo fornecedor nos anúncios em televisão, internet e em todo e qualquer meio de comunicação, mas também obriga o fornecedor a cumprir todas as informações e/ou publicidades que levaram o consumidor a decidir pela compra.

O CDC, ao dar caráter vinculante à informação, tem a finalidade de resguardar o consumidor de toda oferta que não possa ser cumprida pelo fornecedor.

Acerca da vinculação daquilo que foi ofertado ao consumidor tanto via informação, como por publicidade, citamos a preciosa contribuição do mestre BENJAMIN<sup>x</sup>, a saber:

*Esse princípio, estampado no art. 30, apesar de inserido na seção da oferta, aplica-se igualmente à publicidade. Ou melhor, abrange todas as formas de manifestação do marketing.*

**O art. 30 dá caráter vinculante à informação e à publicidade** – andou bem o legislador ao separar as duas modalidades de manifestação do fornecedor, considerando que aquela é mais ampla do que esta. Por informação, quis o CDC, no art. 30, incluir todo tipo de manifestação do fornecedor que não seja considerado anúncio, mas que, mesmo assim, sirva para induzir o consentimento (=decisão) do consumidor. Aí estão incluídas as informações prestadas por representantes do fornecedor ou por ele próprio, bem como as que constam em bulas ou em alguns rótulos (não em todos, pois certos rótulos ou partes deles apresentam caráter publicitário). (grifo nosso)



### **3.6 Dos requisitos mínimos à oferta de produtos e serviços que devem ser informados ao consumidor pelo fornecedor**

O CDC, considerando que o consumidor é o sujeito mais fraco na relação de consumo, determina em seu artigo 31 alguns requisitos mínimos para a oferta de produtos ou serviços que devem ser respeitados pelo fornecedor para resguardar um direito básico<sup>xi</sup> do consumidor, que é a informação; a saber:

**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. (grifo nosso)**

Acerca do dever do fornecedor de fazer constar das ofertas de produtos ou serviços ao consumidor os requisitos citados, transcreve-se abaixo a decisão do Superior Tribunal de Justiça (STJ), ao analisar o Recurso Especial nº 586.316 MG (2003/016208-5), por meio da Segunda Turma do Tribunal, determinando:

*DIREITO DO CONSUMIDOR. ADMINISTRATIVO. NORMAS DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR. ORDEM PÚBLICA E INTERESSE SOCIAL. PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR. PRINCÍPIO DA TRANSPARÊNCIA. PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA. PRINCÍPIO DA CONFIANÇA. OBRIGAÇÃO DE SEGURANÇA. DIREITO À INFORMAÇÃO. DEVER POSITIVO DO FORNECEDOR DE INFORMAR, ADEQUADA E CLARAMENTE, SOBRE RISCOS DE PRODUTOS E SERVIÇOS. DISTINÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO-CONTEÚDO E INFORMAÇÃO-ADVERTÊNCIA. ROTULAGEM. PROTEÇÃO DE CONSU-*

*MIDORES HIPERVULNERÁVEIS. CAMPO DE APLICAÇÃO DA LEI DO GLÚTEN (LEI 8.543/92 AB-ROGADA PELA LEI 10.674/2003) E EVENTUAL ANTINOMIA COM O ART. 31 DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. MANDADO DE SEGURANÇA PREVENTIVO. JUSTO RECEIO DA IMPETRANTE DE OFENSA À SUA LIVRE INICIATIVA E À COMERCIALIZAÇÃO DE SEUS PRODUTOS. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS POR DEIXAR DE ADVERTIR SOBRE OS RISCOS DO GLÚTEN AOS DOENTES CELÍACOS. INEXISTÊNCIA DE DIREITO LÍQUIDO E CERTO. DENEGAÇÃO DA SEGURANÇA.*

### **3.7 Dos casos em que o fornecedor não está obrigado a cumprir uma oferta de produto ou serviço ao consumidor**

Quando o fornecedor se utilizar de expressões com simples exagero não estará obrigado a cumprir a oferta. Dessa forma, ao veicular as mensagens de o “mais bonito”, “mais charmoso” e outras similares não incorrerá em erro, segundo o CDC. Vê-se que não é possível verificar em termos práticos as características da oferta, uma vez que não é suficientemente precisa, não sendo possível verificar as informações acima em termos práticos. De outro lado, se o fornecedor disser que tem o preço mais barato da cidade, esta oferta deverá ser cumprida por ele.

Outra situação em que a oferta feita não vincula o fornecedor é aquela na qual se verifica um equívoco extremo pelo fornecedor. Numa situação hipotética em que é feito um anúncio com intuito de vender uma caminhonete modelo X, ano 2012, completa, diesel, por 17 mil reais, sendo que seu valor de mercado é de R\$ 71 mil reais, verifica-se que houve um extremo equívoco, pois o valor ofertado está muito abaixo do valor do mercado e ofende o princípio da boa-fé objetiva e do equilíbrio na relação consumerista.

Ao tratar da temática exagero nas ofertas, o mestre BENJAMIN<sup>xii</sup> destaca:

*“O Código de Defesa do Consumidor só libera o exagero dos efeitos do princípio da vinculação (art. 30) quando lhe faltar a ‘precisão suficiente’. Exceção como essa não se encontra em referência aos princípios da veracidade e da não abusividade (art. 37). Conclui-se, então, que o exagero, mostrando-se capaz de induzir o consumidor em erro ou abusando dos valores sociais, presta-se à caracterização da publicidade enganosa e abusiva, mesmo quando não tiver “precisão suficiente”.*

### **3.8 Da responsabilidade civil objetiva do fornecedor pela veiculação de oferta suficientemente precisa**

Segundo os artigos 30 e 35 do CDC, tanto o fornecedor como o fabricante e o anunciante podem responder pelos danos causados ao consumidor, mesmo que não tenha concorrido com culpa. Entretanto, se o erro no anúncio ocorrer por equívoco da agência ou veículo publicitário, o anunciante poderá acioná-los judicialmente.

Acerca da responsabilidade objetiva, citamos exemplarmente o Recurso Especial nº 971845/DF julgado pela Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça, no qual entende que o fornecedor deve responder objetivamente, a saber:

*DIREITO DO CONSUMIDOR. CONSUMO DE SURVECTOR, MEDICAMENTO INICIALMENTE VENDIDO DE FORMA LIVRE EM FARMÁCIAS. POSTERIOR ALTERAÇÃO DE SUA PRESCRIÇÃO E IMPOSIÇÃO DE RESTRIÇÃO À COMERCIALIZAÇÃO. RISCO DO PRODUTO AVALIADO POSTERIORMENTE, CULMINANDO COM A SUA PROIBIÇÃO EM DIVERSOS PAÍSES. RECORRENTE QUE INICIOU O CONSUMO DO MEDICAMENTO À ÉPOCA EM QUE SUA VENDA ERA LIVRE. DEPENDÊNCIA CONTRAÍDA, COM DIVERSAS RESTRIÇÕES EXPERIMENTADAS PELO PACIENTE. DANO MORAL RECONHECIDO.*

- *É dever do fornecedor a ampla publicidade ao mercado de consumo a respeito dos riscos inerentes a seus produtos e serviços.*
- *A comercialização livre do medicamento SURVECTOR, com indicação na bula de mero ativador de memória, sem efeitos colaterais, por ocasião de sua disponibilização ao mercado, gerou o risco de dependência para usuários.*
- *A posterior alteração da bula do medicamento, que passou a ser indicado para o tratamento de transtornos depressivos, com alto risco de dependência, não é suficiente para retirar do fornecedor a responsabilidade pelos danos causados aos consumidores.*
- *O aumento da periculosidade do medicamento deveria ser amplamente divulgado nos meios de comunicação. A mera alteração da bula e do controle de receitas na sua comercialização não são suficientes para prestar a adequada informação ao consumidor.*
- ***A circunstância de o paciente ter consumido o produto sem prescrição médica não retira do fornecedor a obrigação de indenizar. Pelo sistema do CDC, o fornecedor somente se desobriga nas hipóteses de culpa exclusiva do consumidor (art. 12, §3º, do CDC), o que não ocorre na hipótese, já que a própria bula do medicamento não indicava os riscos associados à sua administração, caracterizando culpa concorrente do laboratório. (grifo nosso)***

## 4. Construção Civil

Dr. Gustavo de Castro Afonso, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF.

**CONSTRUÇÃO CIVIL:** A publicidade na compra e venda de imóvel na planta – Da validade da cláusula: “Fotos meramente ilustrativas”

Os velhos slogans “a propaganda é a alma do negócio” e “uma boa imagem vale mais que mil palavras” permanecem precisos e atuais. Indiscutível que no capitalismo vigente não há como disputar o mercado sem levar aos consumidores o conhecimento da existência do produto oferecido. Há uma busca frenética por notoriedade comercial, mas nem sempre dentro dos limites estabelecidos por lei, mormente no Código de Defesa do Consumidor.

No tocante à publicidade na Construção Civil, merece destaque o estudo da legalidade da propaganda de divulgação de determinado imóvel, especialmente a cláusula “fotos meramente ilustrativas”, seja ela feita pelo incorporador com a participação direta ou não da corretora, da agência de publicidade e das empresas que divulgaram a mídia (todos são solidariamente responsáveis). Vale lembrar que, tratando-se de compra e venda de imóvel na planta, o consumidor é atraído não pelo imóvel propriamente dito, tampouco pelo memorial de incorporação, mas sim pelo material publicitário colocado na praça, principalmente pelas fotos ditas “meramente ilustrativas”.

Aí está um exemplo clássico da preocupação coerente do legislador, quando da elaboração do Código de Defesa do Consumidor, com umas das realidades mais pungentes do século XXI: a publicidade. A ressalva de que são fotos meramente ilustrativas tem amparo e validade jurídica enquanto situadas apenas no campo do exagero, desde que não venha a ludibriar o consumidor. Não são toleradas pela legislação pátria as infor-

mações falsas e que escondem ou deixam faltar algum dado importante sobre o produto ou serviço. Entre as informações que podem ser fraudadas e/ou omitidas estão as características do produto/serviço, sua quantidade, origem, preço e propriedades.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, toda mensagem publicitária, além de ser correta, clara e precisa, vinculará o fornecedor e integrará o contrato que vier a ser celebrado. Assim, o consumidor vitimado por uma propaganda enganosa, cujo imóvel adquirido não corresponda ao anúncio, terá direito à substituição por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso, nas condições oferecidas, ou a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos ou, por fim, o abatimento proporcional do preço.

Dessa forma, se a propaganda, mesmo que por omissão, induzir a erro o consumidor, sujeitará o fornecedor à obrigação de reparar o dano ou, ainda, se for este o interesse do comprador, o desfazimento do negócio com os ônus para o infrator. Por fim, vale ressaltar que a venda de imóvel com metragem diferente ou qualidade inferior da ofertada configura a prática do enriquecimento sem causa, o que também é vedado em nosso ordenamento jurídico.

## 5. Dos Julgados nos Tribunais

Dr. Francisco das Chagas Silva Ribeiro, Advogado, Membro da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF.

### 5.1 Considerações Didáticas Correlatas aos Julgados

#### **O que é uma sentença?**

É a decisão final tomada no processo por um único juiz. Em regra, a sentença põe fim ao processo, porém, com a possibilidade de quaisquer das partes do processo recorrerem da sentença.

#### **O que é um acórdão?**

É o nome que se dá à decisão tomada por um grupo colegiado de, no mínimo, três juízes. Um desses juízes será o relator do processo, ou seja, é o juiz responsável por relatar no acórdão o seu próprio voto e também os dos demais juízes, após o posicionamento de cada um. Essa decisão é proferida diante da análise de um recurso interposto após uma sentença, ou seja, é a apreciação do caso em um segundo grau de jurisdição. Assim como a sentença, o acórdão é também uma decisão final que põe fim ao processo, mas que, do mesmo modo, permite que quaisquer das partes do processo interponham o recurso cabível.

#### **O que é uma súmula?**

Quando os tribunais superiores decidem uma questão jurídica específica da mesma forma em vários processos, as turmas se reúnem e editam a súmula que irá indicar como aquela questão específica está sendo julgada. A súmula é, portanto, um resumo das decisões repetidas tomadas pelos tribunais superiores sobre determinado tema.

## **O que é jurisprudência?**

Jurisprudência é o termo jurídico que designa o conjunto das decisões sobre a interpretação das leis feita por qualquer juiz, em qualquer tribunal e em qualquer instância. A jurisprudência serve de orientação para o juiz, no entanto, ele não está obrigado a julgar extamente como está na jurisprudência.

## **O que é ementa?**

Cada decisão tomada pelos tribunais traz um resumo com palavras-chave sobre o tema abordado. Esse resumo chama-se ementa.

O texto de cada decisão apresenta em si as fundamentações jurídicas que a orientaram, isto é, cada decisão registra o artigo da lei ou de outro ato normativo que serviu de base para se chegar àquela conclusão.

As leis e os demais atos normativos apresentam regras e princípios que devem ser obedecidos. No Direito, essas regras e princípios, por vezes, recebem o nome de institutos jurídicos. Cada instituto jurídico ganha uma importância maior ou menor dependendo do assunto que está sendo discutido e das circunstâncias do caso em análise. Além disso, quase sempre, dois ou mais institutos jurídicos servem de base para determinada decisão.

## **5.2 Legislação**

Na esfera do Direito do Consumidor, a principal lei é Código de Proteção e Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, ou simplesmente CDC – Código de Defesa do Consumidor.

## **Que é responsabilidade civil?**

É a obrigação de reparar o dano que uma pessoa causa a outra. O dano



pode ser à integridade física, à honra ou aos bens de uma pessoa. Em Direito, a teoria da responsabilidade civil procura determinar em que condições uma pessoa pode ser considerada responsável pelo dano que causou a outra pessoa e em que medida está obrigada a repará-lo. A reparação do dano é feita por meio de uma indenização que é, quase sempre, pecuniária, ou seja, em dinheiro.

O dever de responder pelos danos causados aos consumidores decorre, essencialmente, de uma má prestação do serviço ou má qualidade do produto.

Tratando-se de Direito do Consumidor, a responsabilidade pela reparação de um dano, seja material ou moral, será objetiva, isto é, o fornecedor de serviços ou de produtos será responsabilizado, independentemente de ter culpa na prática do ato. Nesse caso, será suficiente o consumidor provar o dano sofrido e a correlação entre a atuação do fornecedor do serviço ou produto e o referido dano. No Direito esta correlação recebe o nome de nexo de causalidade.

Além disso, por força do que prevê o Código de Proteção e Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90, essa responsabilidade será solidária, ou seja, todos os envolvidos no evento que causou o dano ao consumidor poderão ser igualmente responsabilizados nas esferas administrativa, criminal e judicial.

## **5.3 Jurisprudência do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDF**

### **5.3.1 Falha na Prestação do Serviço**

#### **5.3.1.1 Empresas Aéreas**

Nesse caso, a decisão se baseou, essencialmente, na má-prestação do serviço, caracterizada pelo cancelamento injustificado do vôo seguido do

longo atraso no embarque, bem como a falta de assistência por parte da empresa aérea ao consumidor.

#### EMENTA.

JUIZADO ESPECIAL CÍVEL. CONSUMIDOR. CANCELAMENTO INJUSTIFICADO DE VOO. ATRASO DE MAIS DE 12 (DOZE) HORAS PARA EMBARQUE. DEFEITO NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA DA EMPRESA AÉREA. ALEGAÇÃO DE CULPA DE TERCEIRO NÃO COMPROVADA. DANO MORAL CONFIGURADO. QUANTUM INDENIZATÓRIO DO DANO MORAL. RAZOABILIDADE E PROPORCIONALIDADE ATENDIDAS NA FIXAÇÃO. RECURSO IMPROVIDO.

#### COMENTÁRIO:

1. A par de a empresa aérea não haver provado a alegação de que a reorganização da malha aérea nacional foi a causa do cancelamento de voo, o fato é desinfluyente à solução da controvérsia, haja vista que integrante do risco da atividade comercial das empresas aéreas, caracterizando assim fortuito interno, e nessa ordem não possui habilidade técnica para configurar a excludente de responsabilidade civil na forma do Art. 14, §3º, II, da Lei n. 8.078/90.

2. A informação adequada sobre produtos e serviços no mercado de consumo é direito do consumidor dos mais relevantes, insculpido no Art. 6, III, da Lei n. 8.078/90. O Art.14, §1º, da Lei n. 8.078/90, atribui ao fornecedor a responsabilidade objetiva pelos danos que causar decorrentes da prestação defeituosa dos seus serviços.

3. Não sendo provado o caso fortuito externo, não há como caracterizar a excludente capaz de eximir a responsabilidade do contratado. Cabe à empresa prestadora dos serviços o ônus de demonstrar o fato desconstitutivo do direito do consumidor, não podendo se valer de meras alegações de não haver adimplido o compromisso por culpa de terceiros.

4. Na espécie, o consumidor/passageiro teve seu embarque atrasado em um dia e a chegada em Brasília atrasada em quase dois

dias, pois, a viagem de volta que originalmente aconteceria em voo direto foi realizada com duas conexões - em Salvador e Guarulhos. Tal fato ocasionou a perda de compromisso profissional.

5. O cancelamento injustificado de voo, seguido do longo atraso no embarque, bem como a falta de assistência por parte da empresa aérea, não constitui mero aborrecimento do cotidiano, e sim é causa de desequilíbrio emocional, gerando dor e sofrimento, ensejando a respectiva indenização por dano moral.

6. O dano moral viola direitos não patrimoniais, como a honra, a imagem, a privacidade, a autoestima, o nome, a integridade psíquica, dentre outros, consistindo em ofensa aos princípios éticos e morais que norteiam nossa sociedade.

7. O quantum da indenização por danos morais deve ser fixado mediante prudente arbítrio do juiz, em consonância com o princípio da razoabilidade, bem como apresentar uma proporcionalidade com a lesão à honra, à moral ou à dignidade do ofendido, devendo ainda o magistrado atentar para as circunstâncias que envolveram os fatos, analisando a extensão do dano sofrido, bem como levando em conta as condições pessoais e econômicas dos envolvidos, de modo que a reparação não cause enriquecimento indevido de quem recebe, nem impunidade e reincidência de quem paga.

8. Devidamente observados os critérios norteadores para a fixação do quantum indenizatório a título de dano moral, a sentença deve ser mantida.

9. Recurso conhecido e improvido. Sentença mantida pelos seus próprios fundamentos. A súmula de julgamento servirá de acórdão, na forma do Art. 46 da Lei 9.099/95. Sem custas processuais (Decreto-lei N. 500/69). Condenado o recorrente vencido ao pagamento de honorários advocatícios fixados em R\$ 500,00 (quinhentos reais). (Acórdão n. 598063, 20110111985784ACJ, Relator DEMETRIUS GOMES CAVALCANTI, 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 12/06/2012, DJ 26/06/2012 p. 157).

### 5.3.1.2 Empresas de Planos de Saúde

A recusa injustificada do plano de saúde para cobertura de atendimento de emergência configura dano moral que fez nascer a obrigação de indenizar, pois no caso é inegável que o fato causou angústia e agrava a aflição psicológica do paciente que já se encontra fragilizado pelo estado de saúde.

EMENTA.

CONSUMIDOR. PLANO DE SAÚDE. ATENDIMENTO DE EMERGÊNCIA. NEGATIVA DE COBERTURA POR ESTAR NO PERÍODO DE CARÊNCIA. DANO MATERIAL E MORAL CONFIGURADO. REPARAÇÃO. SENTENÇA MANTIDA.

COMENTÁRIO:

1. Evidenciada a necessidade de internação em caráter de emergência, conforme relatado por médico conveniado (f. 21), não prevalece o prazo de carência estipulado no contrato de plano de saúde para, assim, legitimar a recusa de cobertura do atendimento (artigo 12, inciso V, alínea “c” e artigo 35-C, inciso I, da Lei nº 9.656/98). Logo, a recusa de atendimento à recorrida foi indevida.
2. Em regra a prestação de serviço defeituoso ou o inadimplemento contratual são acontecimentos que podem ocorrer na vida em sociedade e que, por si só, não importam ofensa aos atributos da personalidade. Todavia, a injusta recusa do plano de saúde para cobertura de atendimento de emergência ultrapassa o simples descumprimento contratual e enseja a obrigação de reparar o dano moral, pois é inegável que o fato causa angústia e agrava a aflição psicológica do paciente que já se encontra fragilizado pelo estado de saúde. Precedente no STJ: REsp 98.6947/RN, Rel. Ministra Nancy Andrighi.
3. Portanto é devida a reparação do dano material pelo gasto do

segurado no valor demonstrado (f. 17). Já em vista do arbitramento na compensação do dano moral, a lei não fornece critérios fixos. Destarte, a doutrina e a jurisprudência apontam critérios para servir de parâmetros na fixação do valor, o que, por óbvio, deve amoldar-se a cada caso. No presente caso afigura-se razoável e proporcional o arbitramento feito na sentença, em observância às finalidades compensatória, punitiva, pedagógica e preventiva da condenação, bem assim às circunstâncias da causa, especialmente a capacidade financeira do ofensor.

4. Recurso conhecido e não provido (artigo 46 da Lei nº 9.099/95).

5. Não se apresenta perfeitamente caracterizada hipótese para a condenação da parte recorrente por litigância de má-fé (artigo 17 do Código de Processo Civil), como requerido em contrarrazões, especialmente a interposição de recurso manifestamente protelatório.

6. Parte recorrente vencida deve ser condenada ao pagamento das custas processuais e dos honorários advocatícios, estes arbitrados no caso em 10% do valor da condenação, nos termos do artigo 55 da Lei nº 9.099/95.

(Acórdão n. 601619, 20110610102193ACJ, Relator FÁBIO EDUARDO MARQUES, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 03/07/2012, DJ 06/07/2012 p. 298).

### **5.3.1.3 Instituição Bancária**

A instituição financeira deve assumir os riscos de sua atividade comercial. Assim, na ocorrência de fraude que resulte na negativação indevida do nome do consumidor nos cadastros restritivos ao crédito, a instituição financeira ficará obrigada a reparar os danos materiais e morais decorrentes dessa fraude.

EMENTA.

JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. CONSUMIDOR. DECLARATÓRIA DE INEXISTÊNCIA DE DÉBITO C/C INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS. CONTRATO BANCÁRIO CELEBRADO MEDIANTE FRAUDE. INSCRIÇÃO INDEVIDA DO NOME DO CONSUMIDOR NOS ÓRGÃOS RESTRIATIVOS DE CRÉDITO. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. DANOS MORAIS PRESUMIDOS. PRINCÍPIO DA PROPORCIONALIDADE E DA RAZOABILIDADE. VALOR ARBITRADO REDUZIDO. RECURSO CONHECIDO E PARCIALMENTE PROVIDO.

COMENTÁRIO:

1. Nos termos do art. 14, do Código de Defesa do Consumidor, é objetiva a responsabilidade do fornecedor pela falha na prestação de serviços, impondo ao responsável o dever de indenizar.

2. A instituição financeira, ao contratar com particulares, deve se resguardar de todas as formas possíveis para evitar a ocorrência de fraudes. Tais medidas configuram ônus decorrentes de sua atividade.

3. A negativação indevida do nome de consumidor nos cadastros restritivos de crédito por dívida originada em fraude perpetrada por terceiro, fato incontroverso nos autos, haja vista que a instituição bancária não se desincumbiu do ônus de demonstrar a regularidade do negócio (art. 333,II, do CPC), configura ato ilícito, restando afastada, via de consequência, a excludente de responsabilidade de culpa exclusiva de terceiro, e rende ensejo à reparação a título de danos morais.

4. O quantum da indenização por danos morais deve ser fixado mediante prudente arbítrio do Juiz, em consonância com o princípio da razoabilidade, bem como apresentar uma proporcionalidade com a lesão à honra, à moral ou à dignidade do ofendido, devendo ainda o magistrado atentar para as circunstâncias que envolveram os fatos, analisando a extensão do dano sofrido, bem como levando em conta as condições pessoais e econômicas dos

envolvidos, de modo que a reparação não cause enriquecimento indevido de quem recebe, nem impunidade e reincidência de quem paga.

5. Na hipótese, porquanto se trata de dano presumido, não se comprovando sua maior extensão ou que o abalo psíquico sofrido pelo ofendido tenha se dado de forma tão acentuada, e não existindo, ainda, qualquer fato agravador da situação gerada pela inscrição indevida do consumidor em cadastros de proteção ao crédito, impõe-se a redução a valor arbitrado, a título de danos morais, de forma a adequá-lo aos princípios da proporcionalidade e razoabilidade, como de fato reduzo para a quantia de R\$ 3.000,00 (três mil reais).

6. Recurso conhecido e parcialmente provido para reformar a sentença, reduzindo o valor arbitrado por danos morais para R\$ 3.000,00 (três mil reais). Correção monetária e juros de mora da prolação do acórdão (Súmula 362 do STJ). No mais, sentença mantida por seus próprios e jurídicos fundamentos. Sem custas adicionais e sem condenação em honorários advocatícios, à falta de recorrente vencido.

(Acórdão n. 604050, 20120310067317ACJ, Relator DEMETRIUS GOMES CAVALCANTI, 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 17/07/2012, DJ 20/07/2012 p. 243).

### **5.3.1.4 Instituição Financeira – Alienação Fiduciária**

Se a instituição financeira ingressa com ação de busca e apreensão do veículo estando o consumidor em dia com as prestações, e caso haja a efetiva apreensão do veículo, a instituição financeira ficará obrigada a ressarcir os danos materiais e indenizar os danos morais.

EMENTA.

PROCESSO CIVIL. CONSUMIDOR. BUSCA E APREENSÃO. AJUIZA-

MENTO INDEVIDO. CONSUMIDOR ADIMPLENTE. RECONVENÇÃO. PEDIDO DE DANOS MORAIS. PROCEDÊNCIA. RELAÇÃO DE CONSUMO. RESPONSABILIDADE OBJETIVA. EXISTÊNCIA DE DOLO. IRRELEVÂNCIA. DANO MORAL EVIDENCIADO. QUANTUM FIXADO. RAZOABILIDADE. RECURSO NÃO PROVIDO.

#### COMENTÁRIO:

1. O ajuizamento indevido pela entidade financeira de ação de busca e apreensão de veículo contra cliente adimplente, com liminar deferida e constrição do veículo junto ao DETRAN enseja indenização por dano moral.

2. A relação estabelecida entre o banco e o cliente configura relação de consumo, submetida, portanto, às regras do Código de Defesa do Consumidor. Assim, a responsabilidade do fornecedor de serviços é objetiva, bastando que haja nexo de causalidade entre a conduta da parte ofensora e o dano ocasionado, independentemente de dolo ou culpa, para se verificar a sua responsabilidade, cabendo-lhe a elisão somente quando demonstrado que o dano não se deu em razão da falha da prestação do serviço, ou a culpa foi exclusiva de terceiro ou, ainda, do próprio consumidor, nos termos do art. 14, § 3º, do Código de Defesa do Consumidor.

2. Não se verificando nenhuma das causas de elisão da responsabilidade do fornecedor de serviços, resta evidente o dever de indenizar por dano moral.

3. O valor da indenização deve ser, além de reparador, suficiente para prevenir futuros comportamentos danosos. Verificando que a sentença observou esses critérios, deve ser mantido o valor nela arbitrado, máxime se se considerar as peculiaridades do caso em concreto, em que houve a reincidência do apelante para com o mesmo consumidor.

4. Recurso conhecido e não provido. Sentença mantida. (Acórdão n. 570879, 20090610151473APC, Relator SILVA LEMOS, 1ª Turma Cível, julgado em 16/02/2012, DJ 13/03/2012 p. 107).



### 5.3.1.5 Empresa de Telefonia

Havendo a interrupção dos serviços de telefonia sem que o consumidor tenha solicitado o bloqueio ou o cancelamento da linha, a empresa prestadora dos serviços ficará obrigada a ressarcir os danos materiais e indenizar os danos morais.

EMENTA.

JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. SERVIÇO DE TELEFONIA. CANCELAMENTO DA LINHA TELEFÔNICA SEM AVISO PRÉVIO AO CONSUMIDOR. PRIVAÇÃO INDEVIDA DE SERVIÇO DE CONTATO DE FAMILIAR COM SÉRIOS PROBLEMAS DE SAÚDE. CORRETO O RESTABELECIMENTO DA LINHA (CHIP). REPARAÇÃO DEVIDA. DANO MORAL CARACTERIZADO. RECURSO CONHECIDO E PROVIDO. SENTENÇA REFORMADA.

COMENTÁRIO:

1. Restou incontroverso a falha no sistema da Empresa Requerida consistente no cancelamento da linha telefônica da autora.
2. Não se qualifica como mero inadimplemento contratual, imune à necessária reparação ou compensação por danos morais, o cancelamento do serviço telefônico, não tendo a cliente solicitado o bloqueio ou cancelamento dos serviços.
3. Constatado o cancelamento indevido da linha telefônica da consumidora e a privação indevida do serviço de contato telefônico que era utilizado com o fim de obter informações sobre o estado de saúde de sua filha internada no Hospital Sarah Kubitschek, impõe-se o dever de compensá-la pelos danos morais sofridos, ante a má prestação dos serviços, mormente quando a interrupção se deu sem qualquer motivo ou prévio aviso. Ademais, o fornecedor responde pelos danos decorrentes dos vícios de qualidade de seus serviços, conforme o art. 20 da Lei n. 8.078/90.
4. Recurso conhecido e provido. Sentença reformada.

5. Sem custas e honorários advocatícios, nos termos da segunda parte do art. 55 da Lei nº 9.099/95. (Acórdão n. 594096, 20111010029147ACJ, Relator JOÃO FISCHER, 2ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 29/05/2012, DJ 12/06/2012.

### 5.3.2 Negativação Indevida do Nome

Nesses casos, a jurisprudência entende que a inscrição indevida do nome do consumidor em cadastro de maus pagadores viola um atributo da personalidade ferindo sua dignidade, além de restringir o seu crédito ilicitamente. Em casos como esse basta ao consumidor provar a negativação indevida e a ligação dessa negativação com a ação do fornecedor do serviço.

EMENTA.

JUIZADOS ESPECIAIS. CONSUMIDOR. NEGATIVAÇÃO INDEVIDA DO NOME DO CONSUMIDOR EM RAZÃO DE NÃO PAGAMENTO DE MULTA DE FIDELIZAÇÃO. DANO MORAL CONFIGURADO. INDENIZAÇÃO RAZOÁVEL E PROPORCIONAL. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO.

COMENTÁRIO:

1. A indevida inscrição do nome em cadastros de inadimplentes causa evidente dano moral, porquanto viola atributo da personalidade. Além do desrespeito ao nome do consumidor, restringe-lhe ilicitamente o crédito e, ademais, fere a sua dignidade, dispensando, desse modo, a prova do prejuízo, que se presume, e deve ser indenizado nos termos do art. 14, § 1º, da Lei n. 8.078/90.

2. O valor da indenização a título de dano moral deve ser fixado mediante prudente arbítrio do Juiz, de acordo com o princípio da razoabilidade, tendo-se em conta critérios doutrinários e jurisprudenciais, bem como apresentar uma proporcionalidade com a lesão à honra, à moral ou à dignidade do ofendido, atentando-se especialmente para: a) as circunstâncias que envolvem o fato; b) as condições pessoais e econômicas dos envolvidos; c) a gravidade

objetiva do dano moral e a extensão de seu efeito lesivo; d) o efeito pedagógico e preventivo para o ofensor; e) não enriquecimento sem causa do ofendido ou empobrecimento do ofensor.

3. In casu, verifica-se que a inscrição deu-se em razão de não pagamento de multa de fidelização, devendo ser frisado que a apelante sequer discute em seu recurso a validade ou não da cláusula que impõe a referida multa contratual, admitindo-a, por conseguinte, como inválida.

4. Antes da efetiva inscrição de seu nome nos órgãos de proteção de crédito, o apelado dirigiu-se ao Procon/DF e após contato com a apelante obteve a retirada da multa, tendo sido realizada a cobrança e o efetivo pagamento apenas pelos serviços efetivamente utilizados pelo apelado (fls. 19 e 20).

5. Todavia, mesmo após a suposta resolução da questão, a apelante continuou a enviar cobranças relativas à multa de fidelização, inscrevendo o nome do apelado nos órgãos de proteção ao crédito ao menos desde o mês de março de 2010 (fl. 23) até meados de setembro de 2010, oportunidade em que foi proferida decisão que, em sede de tutela antecipada, determinou a retirada do nome do apelado dos órgãos de proteção ao crédito.

6. Trata-se o apelado de major da Polícia Militar do Distrito Federal que teve seu nome inscrito indevidamente em órgãos de proteção ao crédito e comprovadamente, em razão dessa anotação, não obteve a concessão de financiamento imobiliário junto à POUPEX, em razão da única anotação referente ao débito cobrado pela apelante (fls. 16 e 24/26).

7. Sob tal perspectiva, entendo que devidamente observados os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade na fixação da indenização do dano moral, com inteligência judicial que considerou as circunstâncias da lide, a condição socioeconômica das partes, bem como o grau de culpa do causador do dano, a gravidade e intensidade da ofensa, de forma que a respectiva condenação em R\$ 5.000.00 (cinco mil reais) merece ser confirmada.

8. Recurso conhecido e improvido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos, com súmula de julgamento servindo de acórdão, na forma do art. 46 da Lei nº 9.099/95. Condeno a recorrente ao pagamento das custas processuais e honorários advocatícios que fixo em 10% (dez) do valor da condenação.

(Acórdão n. 524582, 20100111680806ACJ, Relator PAULO ROGÉRIO SANTOS GIORDANO, 1ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 26/07/2011, DJ 04/08/2011 p. 178).

### **5.3.3 Pagamento Indevido – Restituição em Dobro**

A jurisprudência entende que se houve pagamento indevido e o fornecedor não provou a existência de engano justificável, a restituição deve ser em dobro, com base no parágrafo único do art. 42 do Código de Proteção e Defesa do Consumidor – Lei 8.078/1990.

EMENTA.

JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS. PROCESSUAL CIVIL. PRELIMINAR DE INCOMPETÊNCIA DOS JUIZADOS ESPECIAIS REJEITADA. CONSUMIDOR. CONTRATO DE EMPRÉSTIMO CELEBRADO MEDIANTE FRAUDE. DESCONTOS INDEVIDOS. DEVOLUÇÃO EM DOBRO. RECURSO CONHECIDO E IMPROVIDO.

COMENTÁRIO:

1. Se o benefício patrimonial almejado com a ação deflagrada não ultrapassa o valor de alçada é manifesta a competência dos Juizados Especiais. Preliminar Rejeitada.

2. Fornecedor que com base em contrato realizado mediante fraude, fato incontroverso nos autos haja vista que a instituição financeira não se desincumbiu do ônus de demonstrar que o contrato objeto da lide foi efetivamente celebrado com o autor, conforme regra do art. 333, II, do Código de Processo Civil, promove descontos a título de empréstimo consignado em folha de pagamento de terceiro - vítima da fraude - deve responder pelos danos advindos

da falha de seus serviços no mercado de consumo, nos termos do arts. 14, § 1º e 17 da Lei n. 8.078/90.

3. Com efeito, a fraude, ao integrar o risco da atividade comercial, caracteriza fortuito interno e, nessa ordem, não possui habilidade técnica para configurar a excludente de responsabilidade civil por culpa de terceiro, na forma do art. 14, §3º, II, da Lei n. 8.078/90.

4. É manifesta a falha dos serviços se o consumidor sofre descontos diretamente em sua folha de pagamento referentes a um contrato de empréstimo que jamais celebrou com o banco, autorizando a devolução em dobro, conforme regra do parágrafo único do art. 42 da lei n. 8.078/90, haja vista o desconto indevido e a ausência de engano justificável ou boa-fé objetiva, destacando-se o fato de que a instituição financeira sequer juntou aos autos cópia do alentado instrumento contratual.

5. Recurso conhecido e improvido. Sentença mantida por seus próprios fundamentos, com súmula de julgamento servindo de acórdão, na forma do art. 46 da Lei n. 9.099/95. Condenado o recorrente ao pagamento das custas processuais. Sem honorários, em face da inexistência de contrarrazões.

(Acórdão n. 600808, 20110112207159ACJ, Relator SANDRA REVES VASQUES TONUSSI, 3ª Turma Recursal dos Juizados Especiais do Distrito Federal, julgado em 03/07/2012, DJ 04/07/2012 p. 296).

## **5.4 Jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça – STJ**

O entendimento atual do Superior Tribunal de Justiça – STJ é que se houver uma legítima inscrição em cadastro de inadimplentes, o consumidor não terá direito a indenização por danos morais por outra anotação, ainda que esta última seja irregular.

SÚMULA 385. Da anotação irregular em cadastro de proteção ao crédito, não cabe indenização por dano moral, quando preexistente legítima inscrição, ressalvado o direito ao cancelamento.

## 6. Venda a prazo e sem juros! Há alguma ilegalidade?

Dr. Adeilson Alves dos Santos e Dr. Alexandre R. Veloso, Advogados, Membros da Comissão de Direito do Consumidor – OAB/DF

No comércio, ultimamente, tornaram-se comuns os anúncios de “taxa zero”. As informações são claras? e os anúncios são bem chamativos! É cartão de crédito com até 40 dias para pagamento sem juros, carros financiados com taxa zero de juro, pagamento dividido em várias vezes com o preço de a vista, pagamento da primeira parcela em data futura e tantas outras ofertas que atraem o consumidor.

A questão é: os anúncios traduzem a realidade ou são recursos dos comerciantes para atrair os clientes? O cartão de crédito adia o recebimento em 40 dias e não cobra nada por isso? Como o agente financeiro vai auferir lucros se não cobrar juros sobre a venda a prazo?

A princípio não há irregularidade nos referidos anúncios, ademais, quem ganha é o consumidor, já que poderá opinar pela forma de pagamento sem ter de pagar mais. O que se questiona é se os valores correspondentes aos juros não são incluídos implicitamente no preço principal, sem o assentimento consciente do consumidor.

Não há dúvidas da legitimidade do comerciante em auferir lucro em suas operações. Assim como também é compreensível que a aplicação dos juros seja uma forma de compensar o tempo que o comerciante fica sem poder utilizar o dinheiro. A união desses dois fatores leva o consumidor mais atento a imaginar que o preço do produto é majorado e que os juros estão embutidos, o que tornaria falsa a afirmação de “juro zero”.

Tal hipótese, no entanto é de difícil comprovação, já que há necessidade de uma análise bem detalhada sobre os produtos, individualmente, e

sobre as condições de pagamento anunciadas, restando ao consumidor pesquisar e comparar antes de comprar.

O certo é que a possibilidade de haver a prática de juros embutidos é prejudicial ao consumidor, já que o mesmo opta pela compra à vista paga no ato, porém arca com os encargos próprios da venda a prazo. O produto vendido a prazo é naturalmente mais caro, pois o fornecedor terá outros custos próprios de operações financeiras como taxas de administração e de abertura de crédito e risco do não recebimento, por exemplo. Alternativa para essa a modalidade de compra a vista poderia ser, além da pesquisa de preços, a oferta de desconto no ato da compra.

Quanto à prática dos referidos anúncios não há norma que a proíba, portanto, não é ilegal. A verdade é que há custos na venda a prazo que, se não forem arcados pelo fornecedor, será pelo consumidor, por isso, atenção, pesquisa e “pechincha” são fundamentais.

Atente-se também o consumidor que “a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa”, inclusive sobre preços. Também é prevista na lei a proibição da publicidade enganosa.

Assim, é importante que os consumidores avaliem as condições de pagamento e como a mesma incide no preço do produto, antes de comprá-lo. Seria oportuno ainda que os fornecedores fossem obrigados a informar de forma clara e precisa todas as taxas que são agregadas ao produto, quando se utiliza o cartão de crédito, por exemplo, diferenciando a mesma compra quando ele ocorre em dinheiro. Mesmo quando a taxa esteja restrita à operação entre fornecedor e à instituição financeira que concede o crédito.

Com informações precisas, o consumidor poderia fazer a melhor opção, evitando pagar mais caro por um produto, além de evitar o superendi-

vidamento, fenômeno contemporâneo, que, em síntese, ocorre quando os consumidores passam a assumir inúmeros compromissos financeiros parcelados, sem levar em conta suas possibilidades financeiras, levando-os à sua insolvência civil.

Vale lembrar que neste momento o Congresso Nacional procede à atualização do Código de Defesa do Consumidor e essa é a oportunidade de os cidadãos levarem seus anseios para que possam fazer parte do debate e, quem sabe, serem contemplados e terem previsão expressa no CDC.

Exijam de seus representantes e fiscalizem sua contemplação no Congresso Nacional. Consumidor bem informado é consumidor consciente!



## **7. Legislação Correlata**

### **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

### **Decreto 1.306, de 9 de novembro de 1994**

Regulamenta o Fundo de Defesa de Direitos Difusos, de que tratam os artigos 13 e 20, da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, seu Conselho Gestor.

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

### **Decreto 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.

### **Decreto 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 6.523, de 31 de julho de 2008**

Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC.

### **Lei Delegada nº 4, de 26 de setembro de 1962**

Dispõe sobre a intervenção no domínio econômico para assegurar a livre distribuição de produtos necessários ao consumo do povo.

### **Lei 1.521 - Crimes contra a Economia Popular**

Dispõe sobre a intervenção no domínio econômico para assegurar a livre distribuição de produtos necessários ao consumo do povo.

### **Lei 2.848 - Código Penal**

Código Penal

### **Lei 4.591 - Lei do Condomínio**

Dispõe sobre condomínio em edificações e as incorporações imobiliárias.

### **Lei 8.078 - Código de Defesa do Consumidor**

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

### **Lei 8.137 - Crimes Fiscais**

Define crimes contra a ordem tributária, econômica e contra as relações de consumo, e dá outras providências.

### **Lei 8.245 - Lei do Inquilinato**

Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes.

### **Lei 8.884 - Antitruste**

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 8.987 - Concessões de Serviços Públicos**

Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal e dá outras providências.

### **Lei 9.008**

Cria, na estrutura organizacional do Ministério da Justiça, o Conselho Federal de que trata o art. 13 da Lei nº 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 9.021**

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 9.099 - Juizados Especiais Cíveis**

Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências.

### **Lei 9.394 - LDB**

Estabelece as diretrizes e bases da educação nacional.

### **Lei 9.472 - Telecomunicações**

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e o funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

### **Lei 9.656 - Planos de Saúde**

Dispõe sobre os planos e seguros privados de assistência à saúde.

### **Lei 9.870 - Mensalidades Escolares**

Dispõe sobre o valor total das anuidades escolares e dá outras providências.

### **Lei 10.406 - Novo Código Civil**

Institui o Código Civil.

### **Lei 10.962 - Preços de Produtos e Serviços**

Dispõe sobre a oferta e as formas de afixação de preços de produtos e serviços para o consumidor.

### **Portaria 3 - Ministério da Justiça - Cláusulas Abusivas**

Divulga elenco de cláusulas consideradas como abusivas, notadamente para fim de aplicação do disposto no inciso IV, do art. 22 do Decreto nº 2.181.

### **Portaria 4 - Ministério da Justiça - Cláusulas Abusivas**

Divulga, em aditamento ao elenco do art. 51 da Lei nº 8.078/90, e do art. 22 do Decreto nº 2.181/97, as cláusulas que, dentre outras, são nulas de pleno direito.

### **Portaria 5 - Ministério da Justiça - Cláusulas Abusivas**

Complementa o elenco de cláusulas abusivas constante do art. 51 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

## **Resolução Anatel 477 - Serviço Móvel Pessoal**

Regulamenta o Serviço Móvel Pessoal – SMP

## **Resolução Aneel 456 - Fornecimento de Energia Elétrica**

Estabelece, de forma atualizada e consolidada, as Condições Gerais de Fornecimento de Energia Elétrica.

## **Resolução CET 3517**

Dispõe sobre a informação e a divulgação do custo efetivo total correspondente a todos os encargos e despesas de operações de crédito e de arrendamento mercantil financeiro, contratadas ou ofertadas a pessoas físicas.

## **Resolução Bacen 3518**

Disciplina a cobrança de tarifas pela prestação de serviços por parte das instituições financeiras e demais instituições autorizadas a funcionar pelo Banco Central do Brasil.

---

<sup>i</sup> 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.

<sup>ii</sup> Maria Helena Diniz, na obra “Curso de Direito Civil”, vol. 7, 10ª ed., São Paulo, Editora Saraiva, 1996, pág. 49

<sup>iii</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

<sup>iv</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). 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.

<sup>v</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V. et al. – Manual de Direito do Consumidor, 3ª edição. Revista, atualizada e ampliada. Editora Revista dos Tribunais. Pág. 215.

<sup>vi</sup> NUNES, Luis Antonio Rizzato. Curso de Direito do Consumidor. 6ª ed. Rev. e atual. – São Paulo: Saraiva, 2011. Pág. 467.

<sup>vii</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). Art. 3, § 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

<sup>viii</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). Art. 33, parágrafo único É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. (Incluído pela Lei nº 11.800, de 2008).

<sup>ix</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). 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. (grifo nosso)

<sup>x</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V. et al. – Manual de Direito do Consumidor, 3ª edição. Revista, atualizada e ampliada. Editora Revista dos Tribunais. Pág. 214.

<sup>xi</sup> Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor (CDC). Art. 6 - São direitos básicos do consumidor: (...) 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;

<sup>xii</sup> BENJAMIN, Antonio Herman V. et al. – Manual de Direito do Consumidor, 3ª edição. Revista, atualizada e ampliada. Editora Revista dos Tribunais. Pág. 242.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARAUJO JUNIOR, Marco Antônio e GIANCOLLI, Bruno Pandori. Direito do Consumidor: difusos e coletivos. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.

Código de Defesa do Consumidor.

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm).

GARCIA, Leonardo de Medeiros. Direito do consumidor. Niterói/RJ: Impetus, 2005.

GRINOVER, Ada Pellegrini...[et al]. Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto, 8ªed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

FILOMENO, José Geraldo Brito .Manual de direitos do consumidor, 8ªed. São Paulo: Atlas, 2005.

NUCCI, Guilherme de Souza. Manual de Direito Penal: parte geral e parte especial. 7ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

## COMISSÃO DE DIREITO DO CONSUMIDOR



Dra. Caroline Pinto  
Costa Vieira



Dr. Adelson Alves  
dos Santos



Dr. Alexandre Rodrigo  
Veloso



Dr. Anderson  
Paniagua



Dr. Bruno José de  
Souza Mello



Dr. Carlos Luiz  
Kutianski



Dr. Diego Nunes  
Pereira Gonçalves



Dr. Francisco das  
Chagas Silva Ribeiro



Dr. Iran Amaral



Dr. José Ribamar  
Barros Penha



Dr. José Vieira



Dr. Luis Claudio  
Megjorin





Dr. Marco Aurélio  
Leite Andrade



Dr. Marcos Lopes  
Coelho



Dr. Max Amaro Motta



Dr. Miller Amaral  
Machado



Dr. Sandro Pountual  
Brotherhood



Dr. Diogo Kutianski



Dr. Fernando  
Kutianski

## COMISSÃO DE DIREITO DO CONSUMIDOR

**Dr. José Vieira Alves - Presidente**

**Dr. Iran Amaral - Vice-Presidente**

**Dr. Marcos Lopes Coelho - Secretário**

### **Membros**

Dr. Gustavo de Castro Afonso

Dr. Adeilson Alves dos Santos

Dr. Alexandre Rodrigo Veloso

Dr. Anderson Paniagua

Dr. Antônio Evangelista de Andrade

Dr. Bruno José de Souza Mello

Dr. Carlos Luiz Kutianski

Dra. Caroline Pinto Costa Vieira

Dr. Diego Nunes Pereira Gonçalves

Dr. Diogo Fonseca Santos Kutianski

Dr. Fernando Fonseca Santos Kutianski

Dr. Francisco das Chagas Silva Ribeiro

Dr. José Ribamar Barros Penha

Dr. Luis Cláudio Megiorin

Dr. Marco Aurélio Leite Andrade

Dr. Marx Amaro Motta

Dr. Miller Amaral Machado

Dr. Sandro Pontal Brotherhood

Dra. Tatiana Treuherz Salomão

Dr. Welder Rodrigues Lima

Dra. Ingrid Militão Carneiro Leonis

Dra. Luiza Ribeiro Teston

Dra. Michelle de Moraes Allemand Borges

Dra. Maria Dionne de Araújo Felipe - Colaboradora

Dra. Caroline Cordeiro - Colaboradora

Dr. Alexandre Garcia da Costa J. Jorge - Colaborador



SEPN 516 BLOCO B LOTE 07 - Asa Norte - Brasília/DF  
[www.oabdf.org.br](http://www.oabdf.org.br)