



Administra Brasil
Cursos Online Profissionalizantes

Curso online de

Direito do Consumidor

Não é necessário se cadastrar ou fazer provas.

Você estuda e se certifica por isso.

Bom aprendizado!

Todos os direitos reservados

CARGA HORÁRIA NO CERTIFICADO: 65 HORAS

Conteúdo Programático

1. Origens e finalidade
2. Código de Defesa do Consumidor
3. Princípios do CDC
4. Direitos Básicos do Consumidor
5. Proteção à Saúde e Segurança
6. Publicidade
7. Proteção Contratual
8. Apresentação do Produto ou Serviço
9. Garantia
10. Concessão de Crédito ao Consumidor
11. Cobrança de Dívidas
12. Práticas Abusivas
13. Responsabilidade do Fornecedor
14. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)
15. Como e Onde Reclamar
- 16.9 Direitos aos quais devemos nos atentar

Capítulo 1

Origens e finalidade

No final do século XIX e início do século XX, surgiram os primeiros movimentos pró-consumidor nos países que estavam em franco desenvolvimento industrial, como a França, a Alemanha, a Inglaterra e, principalmente, os Estados Unidos.

Somente na década de 1960 é que o **consumidor** realmente começou a ser reconhecido como sujeito de direitos específicos tutelados pelo Estado.

Marco inicial desse novo direito é a mensagem do **Presidente Kennedy**, enviada em 15/03/1962, ao Congresso dos Estados Unidos sobre a Proteção dos Interesses dos Consumidores:

“Consumidores, por definição, somos todos nós. Os consumidores são o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, públicas e privadas (...). Mas são o único grupo importante da economia não eficazmente organizado e cujos posicionamentos quase nunca são ouvidos.”

Na visão de Kennedy, os direitos básicos dos consumidores seriam:

- **Direito à saúde e segurança** – proteção contra a venda de produtos que comportassem um risco para a saúde ou para a vida;
- **Direito à informação** – publicidade e etiquetagem ou qualquer outra prática fraudulenta, enganosa, ou capaz de induzir gravemente em erro;
- **Direito à escolha** – assegurar ao consumidor, sempre que possível, o acesso a uma variedade de produtos e de serviços a preços competitivos;
- **Direito a serem ouvidos** – garantia dos interesses dos consumidores serem tomados em total e especial consideração na formulação de políticas governamentais e de que eles seriam tratados de maneira justa, equitativa e rápida nos tribunais administrativos.

O Dia Mundial dos Direitos do Consumidor foi comemorado, pela primeira vez, em **15 de março** de 1983. Essa data foi escolhida em razão do famoso discurso feito, em 15 de março de 1962, pelo então presidente dos EUA, John Kennedy. Em seu discurso, Kennedy salientou que todo consumidor tem direito, essencialmente, à segurança, à informação, à escolha e de ser ouvido. Isto provocou debates em vários países e estudos sobre a matéria, sendo, por isso, considerado um marco na defesa dos direitos dos consumidores.

No Brasil, o **Código de Defesa do Consumidor** foi instituído em 11 de setembro de 1990, com a Lei nº 8.078, mas entrou em vigor apenas em 11 de março de 1991. Sua necessidade nasceu da luta do movimento de defesa do consumidor no País, que começou com a vigência da Lei Delegada nº 4, de 1962, e se fortaleceu em 1976, com a criação do Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor de São Paulo. Isso serviu de incentivo e modelo para a criação dos demais Procons do País.



Imagem: John Fitzgerald Kennedy, 35° presidente dos Estados Unidos

Atuação da Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas

Em sua 29ª sessão (Genebra, 1973) a Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas reconheceu direitos básicos ao consumidor, tais como à segurança, à integridade física, à intimidade, à honra, à informação e o respeito à dignidade humana dos consumidores.

Em 17/05/1973 a Assembleia Consultiva do Conselho da Europa, pela Resolução nº 543, elaborou a Carta de Proteção do Consumidor, na qual foram traçadas as diretrizes básicas para a prevenção e a reparação dos danos aos consumidores.

Essa Carta serviu de base para a Resolução do Conselho da Comunidade Europeia, de 14/04/1975, que dividiu os direitos dos consumidores em cinco categorias:

- a) Direito à proteção da saúde e da segurança;
- b) Direito à proteção dos interesses econômicos;
- c) Direito à reparação dos prejuízos;
- d) Direito à informação e à educação;
- e) Direito à representação (direito de ser ouvido).

Movimentos consumeristas brasileiros

Em 1974, foi criado, no Rio de Janeiro, o **Conselho de Defesa do Consumidor** (CONDECON);

Em 1976, criada em Curitiba a **Associação de Defesa e Orientação do Consumidor** (ADOC), em Porto Alegre a Associação de Proteção ao Consumidor (APC) e, em maio, o Governo de São Paulo criou o **Sistema Estadual de Proteção ao Consumidor**, depois denominado **PROCON**;

Em 1988, finalmente a Constituição estabeleceu como dever do Estado a defesa do consumidor e até um prazo para elaboração de um Código para esse fim.

Finalidade do Direito do Consumidor

O consumidor tornou-se vulnerável em face do fornecedor.

A massificação da produção, do consumo e da contratação deixou o consumidor em desvantagem, pois a medida que o fornecedor se fortaleceu técnica e economicamente, o consumidor teve o seu poder de escolha enfraquecido – praticamente eliminado. Instalou-se, então, um acentuado desequilíbrio ou desigualdade de forças entre produtores e distribuidores para um lado, e consumidores para outro.

A finalidade do direito do consumidor é justamente eliminar essa injusta desigualdade entre fornecedor e o consumidor, restabelecendo o equilíbrio entre as partes nas relações de consumo. O direito do consumidor se funda na vulnerabilidade do consumidor.

As normas desse novo direito estão sistematizadas a partir dessa ideia básica de proteção de determinado sujeito: **o consumidor**. Só se justifica a aplicação de uma lei protetiva em face de uma relação de desiguais. Entre partes iguais não se pode tratar privilegiadamente uma delas sob pena de violação do princípio de igualdade.



Arte: o consumidor

Capítulo 2

Código de Defesa do Consumidor

O **Código de Defesa do Consumidor** (CDC) é resultado a longa evolução de todos os movimentos consumeristas no Brasil e no exterior. Dentro dos Direitos e Garantias Fundamentais a Constituição em seu art. 5º inciso XXXII, determinou: **“O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.”**

O art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias determinou: “O Congresso Nacional, dentro do prazo de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.” O “código” transformou-se na Lei n. 8078 de 11/09/1990. A defesa do consumidor encontra ainda embasamento em outros dispositivos constitucionais. No art. 170,V, foi ela incluída entre os princípios gerais da Ordem Econômica, no mesmo status dos princípios da soberania nacional, da propriedade privada, da livre concorrência e outros. Logo, o consumerismo ganhou status de princípio constitucional (CF, arts. 5º, XXXII; 170, V).



O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social. O código estabelece com clareza os elementos da relação de consumo, definindo:

1. Consumidor: É qualquer pessoa que compra um produto ou que contrata um serviço para satisfazer suas necessidades pessoais ou familiares. Também é considerado consumidor as vítimas de acidentes causados por produtos defeituosos, mesmo que não os tenha adquirido (art. 17, CDC), bem ainda as pessoas expostas às práticas abusivas previstas no Código do Consumidor, como, por exemplo, publicidade enganosa ou abusiva (art. 29, CDC). Qualquer produto que você consuma ou serviço que você contrate, desde a compra de uma balinha até o serviço de um amolador de tesouras, torna você um consumidor.

2. Fornecedor: São pessoas, empresas públicas ou particulares, nacionais ou estrangeiras que oferecem produtos ou serviços para os consumidores. Estas pessoas ou empresas produzem, montam, criam, transformam, importam, exportam, distribuem ou vendem produtos ou serviços para os consumidores.

3. Produto: É toda mercadoria colocada à venda no comércio: automóvel, roupa, casa, alimentos. Os produtos podem ser de dois tipos: *produto durável* é aquele que não desaparece com o seu uso. Por exemplo, um carro, uma geladeira, uma casa; *Produto não durável* é aquele que acaba logo após o uso: os alimentos, um sabonete, uma pasta de dente, etc.

4. Serviço: É tudo o que você paga para ser feito: corte de cabelo, conserto de carro, de eletrodoméstico, serviço bancário, serviço de seguros, serviços públicos. Assim como os produtos, os serviços podem ser duráveis e não duráveis. Serviço durável é aquele que custa a desaparecer com o uso. A pintura ou construção de uma casa ou uma prótese dentária, são produtos duráveis. Serviço não durável é aquele que acaba depressa. A lavagem de uma roupa na lavanderia é um serviço não durável pois a roupa suja logo após o uso. Outros exemplos são os serviços de jardinagem e faxina, que precisam ser feitos constantemente.

Como funciona o Código de Defesa do Consumidor?

O Código de Defesa do Consumidor é uma lei abrangente (Lei n.8.078/90) que trata das relações de consumo em todas as esferas:

- **Civil:** Define responsabilidades dos fornecedores e os mecanismos para reparar os danos causados aos consumidores;
- **Administrativa:** O papel do poder público nas relações de consumo, que deve atuar como um gestor de conflitos;
- **Penal:** Crimes e punições para fornecedores de produtos e serviços que desrespeitem os direitos do consumidor.

A lei determina que **o consumidor sempre é o elo mais fraco em uma relação de consumo.**

A lei, portanto, é favorável ao comprador, e não ao fornecedor.

Qual o propósito do código de defesa do consumidor?

O Código define assim seu propósito: atender as necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida e, por fim, a transparência e harmonia das relações de consumo.

Não se trata apenas de um manual de regras. As leis que regem as relações entre os fornecedores e consumidores deve ir ao encontro da harmonização dos interesses nas relações de consumo, baseando-se no equilíbrio. Elas devem ser pautadas no respeito mútuo e no bom senso.

Para atingir esse estado de equilíbrio, é preciso educar os cidadãos acerca dos seus direitos e deveres.

Capítulo 3

Princípios do Código de Defesa do Consumidor

O CDC adotou a técnica legislativa, baseada em princípios e cláusulas gerais, que permite considerá-lo como uma lei princípio-lógica. As normas jurídicas podem ser divididas em duas categorias: *regras e princípios*.

Regras são proposições normativas que contêm relatos objetivos, descritivos de determinadas condutas, aplicáveis a hipóteses bem definidas, perfeitamente caracterizadas. Exemplo: A aposentadoria compulsória aos 70 anos.

Princípios são valores éticos e morais abrigados no ordenamento jurídico, compartilhados por toda a comunidade em dado momento e em dado lugar, como a liberdade, a igualdade, a solidariedade, a dignidade da pessoa humana, a boa-fé e outros tantos. Os princípios são enunciações normativas de valor genérico, contêm relatos com maior teor de abstração, não especificam a conduta a ser seguida, e incidem sobre uma pluralidade de situações.

1. Princípio da boa-fé

É o princípio máximo das relações contratuais. O CDC refere-se em duas passagens a boa-fé; no art. 4º, III (sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores), e no art. 51, IV, ao elencar as cláusulas abusivas.

Com o CDC, o termo boa-fé passou a ser utilizado com uma nova e moderna significação, para indicar valores éticos que estão à base da sociedade organizada e desempenham função de sistematização da ordem jurídica.

É a chamada boa-fé objetiva, indica o comportamento objetivamente adequado aos padrões de ética, lealdade, honestidade e colaboração exigíveis na relação de consumo.

2. Princípio da Transparência

Estabelecido no art. 4º, caput, do CDC, este princípio filia-se ao princípio da boa-fé, do qual constitui uma derivação concretizadora, uma espécie de subprincípio.

Transparência significa clareza, nitidez, precisão, sinceridade. Nas relações de consumo importa em informações claras, corretas e precisas sobre o produto a ser fornecido, o serviço a ser prestado, o contrato a ser firmado.

A principal consequência do princípio da transparência é o dever de informar do fornecedor e o direito à informação do consumidor.

3. Princípio da confiança

Não está previsto expressamente o CDC, mas está ligado ao princípio da transparência. Confiança é credibilidade que o consumidor deposita no produto ou no vínculo contratual como instrumento adequado para alcançar os fins que razoavelmente deles se espera.

A oferta vincula, cria a obrigação pré-contratual, para que não se frustrate a legítima expectativa criada no consumidor. Em Direito do Consumidor a promessa é dívida. Confiança é lealdade e respeito nas relações de consumo entre fornecedor e consumidor.

4. Princípio da vulnerabilidade

O direito do consumidor funda-se na vulnerabilidade do consumidor. Reconhecendo-se a desigualdade existente, busca-se estabelecer uma igualdade real entre as partes na relação de consumo.

Este princípio está expresso no art. 4º, I do CDC. Nas relações de consumo, o sujeito que ostenta a vulnerabilidade é o consumidor, já que, não detendo os mecanismos de controle do processo produtivo, e dele participando apenas em última etapa, pode ser ofendido, ferido, lesado, em sua integridade física, econômica, psicológica ou moral.

5. Princípio da equidade

O inciso IV do art. 51 do CDC, refere-se a equidade. A equidade tem uma função integradora e outra corretiva. A função integradora tem lugar quando há um vazio ou lacuna na lei, caso em que o juiz pode usar a equidade para resolver o caso, sem criar uma norma.

Essa equidade permite ao juiz, partindo das circunstâncias do caso específico que está enfrentando, chegar a uma conclusão. Deve o juiz procurar expressar, aquilo que corresponda a uma ideia de justiça da consciência média, que está presente na sua comunidade.

6. Princípio da segurança

Está entre os mais importantes do CDC, porque nele se estrutura todo o sistema de responsabilidade civil das relações de consumo. (parágrafo 1º dos arts 12 e a14 do CDC).

O CDC estabeleceu responsabilidade objetiva para todos os casos de acidentes de consumo, que decorrentes do fato do produto, quer do fato do serviço. O fato gerador da responsabilidade do fornecedor não é mais a conduta culposa, tampouco a relação jurídica contratual, mas sim, o defeito do produto ou do serviço.

Todo aquele que fornece produto ou serviços no mercado de consumo tem o dever e responder pelos eventuais defeitos dos bens e serviços fornecidos, independentemente de culpa.

Capítulo 4

Direitos Básicos do Consumidor

Os **diretos básicos do consumidor** são aqueles interesses mínimos, materiais ou instrumentais, relacionados a direitos fundamentais universalmente consagrados que, diante de sua relevância social e econômica, pretendeu o legislador ver expressamente tutelados.

Os direitos básicos do consumidor estão arrolados no art. 6º do CDC. Este artigo é a coluna dorsal do CDC, mas não contém o rol exaustivo dos direitos do consumidor. O art. 7º dispõe que os direitos básicos do consumidor previstos no CDC não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, etc.

1. Proteção da vida e da saúde:

Antes de comprar um produto ou utilizar um serviço você deve ser avisado, pelo fornecedor, dos possíveis riscos que podem oferecer à sua saúde ou segurança. Exemplo: brinquedos infantis que possam machucar a criança.

2. Educação para o consumo:

Você tem o direito de receber orientação sobre o consumo adequado e correto dos produtos e serviços. Por exemplo, o consumidor quer comprar um óculos de sol, mas desde que tenha proteção UV. Se o fornecedor omitir a informação ou mentir, o produto pode ser devolvido ou a compra não finalizada.

3. Liberdade de escolha de produtos e serviços:

Você tem todo o direito de escolher o produto ou serviço que achar melhor.

4. Informação:

Todo produto deve trazer informações claras sobre sua quantidade, peso, composição, preço, riscos que apresenta e sobre o modo de utilizá-lo. Antes de contratar um serviço você tem direito a todas as informações de que necessitar.

5. Proteção contra publicidade enganosa e abusiva:

O consumidor tem o direito de exigir que tudo o que for anunciado seja cumprido. Se o que foi prometido no anúncio não for cumprido, o consumidor tem direito de cancelar o contrato e receber a devolução da quantia que havia pago. A publicidade enganosa e a abusiva são proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor. São consideradas crime (art. 67, CDC). Por exemplo, uma loja de cosméticos anuncia que um shampoo tem a capacidade de reduzir o frizz do cabelo, mas não faz testes científicos que comprovam a eficácia do produto.

6. Proteção contratual:

Quando duas ou mais pessoas assinam um acordo ou um formulário com cláusulas pré-redigidas por uma delas, concluem um contrato, assumindo obrigações. O Código protege o consumidor quando as cláusulas do contrato não forem cumpridas ou quando forem prejudiciais ao consumidor. Neste caso, as cláusulas podem ser anuladas ou modificadas por um juiz. O contrato não obriga o consumidor caso este não tome conhecimento do que nele está escrito.

7. Indenização/Reparação de danos

Quando for prejudicado, o consumidor tem o direito de ser indenizado por quem lhe vendeu o produto ou lhe prestou o serviço, inclusive por danos morais. Por exemplo, o cliente de um pet shop fica espantado ao perceber que seu cachorro se machucou durante o banho por erro da loja. Ele tem o direito de ser ressarcido financeiramente pelos danos à saúde que seu animal de estimação sofreu.

8. Acesso à Justiça

O consumidor que tiver os seus direitos violados pode recorrer à Justiça e pedir ao juiz que determine ao fornecedor que eles sejam respeitados. No caso do cachorro que se acidentou no pet shop, por exemplo, o dono tem o direito de processar a loja.

9. Facilitação da defesa dos seus direitos

O Código de Defesa do Consumidor facilitou a defesa dos direitos do consumidor, permitindo até mesmo que, em certos casos, seja invertido o ônus de provar os fatos.

10. Qualidade dos serviços públicos

Existem normas no Código de Defesa do Consumidor que asseguram a prestação de serviços públicos de qualidade, assim como o bom atendimento do consumidor pelos órgãos públicos ou empresas concessionárias desses serviços.

Capítulo 5

Proteção à Saúde e Segurança

Art. 6º, I, CDC

Alguns produtos podem oferecer riscos ao consumidor. É direito seu ser protegido contra produtos que possam ser perigosos. Assim, um alimento não pode conter uma substância que pode fazer mal à saúde; um açougue não pode vender carnes embrulhadas em sacos de lixo ou papel de jornal; um remédio que causa dependência não pode ser vendido livremente, sem receita médica.

Arts. 8º, 9º e 10

O fornecedor deve informar, nas embalagens, rótulos ou publicidade, sobre os riscos do produto à saúde do consumidor. Se o fornecedor, depois que colocou o produto no mercado, descobrir que ele faz mal à saúde, precisa anunciar aos consumidores, alertando-os sobre o perigo. Esse anúncio deve ser feito pelos jornais, rádio e televisão. Além disso, o fornecedor também tem a obrigação de retirar o produto do comércio, trocar os que já foram vendidos ou devolver o valor pago pelo consumidor.

Capítulo 6

Publicidade

Arts. 30, 35, 36, 37, 38, CDC

Publicidade é a propaganda de um produto ou serviço. Toda publicidade deve ser fácil de se entender. O Código proíbe publicidade enganosa ou abusiva. **Publicidade enganosa** é a que contém informações falsas e também a que esconde ou deixa faltar informação importante sobre um produto ou serviço. Estas informações podem ser sobre: características; quantidade; origem; preço; propriedades. **Uma publicidade é abusiva se:** gerar discriminação; provocar violência; explorar medo ou superstição; aproveitar-se da falta de experiência da criança; desrespeitar valores ambientais; induzir a um comportamento prejudicial à saúde e à segurança. Tudo o que for anunciado deve ser cumprido exatamente como foi anunciado. As informações da propaganda fazem parte do contrato.

Propaganda Enganosa

Propaganda

Realidade



Imagem: Propaganda enganosa

Capítulo 7

Proteção Contratual

Capítulo VI, CDC

Contrato é um acordo por escrito que duas ou mais pessoas fazem. Quando se faz um contrato, são relacionados os direitos e os deveres do fornecedor e do consumidor. As regras estabelecidas nos contratos são chamadas cláusulas. Todo contrato deve ter: letras em tamanho de fácil leitura; linguagem simples; as cláusulas que limitem os direitos do consumidor bem destacadas. Contrato de adesão (Art. 54, CDC) é aquele que o fornecedor entrega já pronto ao consumidor. O consumidor não tem possibilidade de discutir as cláusulas ou regras do contrato, que foram redigidas pelo fornecedor. Tal contrato passa a existir a partir do momento em que o consumidor assina o formulário padronizado que lhe é apresentado pelo fornecedor.

Cláusulas Abusivas e Proibidas

As cláusulas abusivas são aquelas que geram desvantagem ou prejuízo para o consumidor, em benefício do fornecedor. Essas cláusulas são nulas. O consumidor pode requerer ao juiz que cancele essas cláusulas do contrato

Orientações: Não assine um contrato que tiver cláusulas abusivas, como, por exemplo, as que: (Art. 51)

- diminuem a responsabilidade do fornecedor, no caso de dano ao consumidor; proibam o consumidor de devolver o produto ou receber o dinheiro de volta quando o produto ou o serviço não forem de boa qualidade; estabeleçam obrigações para outras pessoas, além do fornecedor ou consumidor. O contrato é só entre o fornecedor e o consumidor; coloquem o consumidor em desvantagem exagerada; obriguem somente o consumidor a apresentar prova, no caso de um processo judicial; proibam o consumidor de recorrer diretamente à Justiça sem antes recorrer ao fornecedor; autorizem o fornecedor a alterar o preço; permitam ao fornecedor modificar o contrato sem a autorização do consumidor; façam o consumidor perder as prestações já pagas, no caso de não obedecer ao contrato e quando já estiver prevista a retomada do produto;

Apresentação do Produto ou Serviço

Arts. 6º, III, Arts. 31 e 33, CDC

Os produtos ou serviços devem trazer informações claras e completas em língua portuguesa. As informações são sobre: suas características; qualidade; quantidade; composição; preço; garantia; prazo de validade; nome do fabricante e endereço; riscos que possam ser apresentados à saúde e à segurança do consumidor.

Os produtos importados devem trazer, em sua embalagem, uma etiqueta com as explicações escritas em português e o consumidor poderá exigir manuais de instrução também em português. Quando você compra um produto nacional ou importado, o fabricante ou o importador deve garantir a troca de peças enquanto o produto estiver sendo fabricado ou importado.

A oferta de peças deve continuar por certo tempo, mesmo depois de o produto deixar de ser fabricado ou importado (Art. 32, CDC).

Na oferta ou venda por telefone e reembolso postal é preciso ter o nome do fabricante e endereço (Art. 33, CDC): na embalagem; na publicidade; em todos os impressos usados na compra.

Quando o fornecedor não cumprir o que prometeu ou anunciou, o consumidor poderá (Art. 35, CDC): exigir o cumprimento do que foi anunciado; aceitar outro produto ou prestação de serviço de valor igual, ou; desfazer o contrato, com direito a receber o valor pago com correção, e ser indenizado pelas perdas e danos.

Capítulo 9

Garantia

No Código de Defesa do Consumidor existem dois tipos de garantia: a legal e a contratual. A **garantia legal** não depende do contrato que foi feito, pois já está prevista na lei (Arts. 26 e 27, CDC). A **garantia contratual** completa a legal e é dada pelo próprio fornecedor. Chama-se termo de garantia (Art. 50, CDC). O termo de garantia deve explicar: o que está garantido; qual é o seu prazo; qual o lugar em que ele deve ser exigido. O termo de garantia deve ser acompanhado de um manual de instrução ilustrado, em português, e fácil de entender. Não entregar termo de garantia, devidamente preenchido, é crime (Art. 74, CDC).

Capítulo 10

Concessão de Crédito ao Consumidor

Art. 52, CDC

Quando você for comprar à prestação, utilizando ou não os serviços de uma financeira, o fornecedor tem a obrigação de informar: o preço do produto ou serviço em moeda nacional, os valores dos juros de mora e a taxa de juros do financiamento; os acréscimos previstos por lei; a quantidade e a data de vencimento das prestações; o total a ser pago à vista ou financiado. A multa por falta de pagamento não pode ser maior do que 2% do valor da prestação. Você pode adiantar o pagamento da dívida toda ou de parte dela, com direito a redução proporcional dos juros e outros acréscimos.

Capítulo 11

Cobrança de Dívidas

Art. 42, CDC

O Código não permite que o fornecedor, na cobrança de dívida, ameace ou faça o consumidor passar vergonha em público. Não permite, também, que o fornecedor, sem motivo justo, cobre o consumidor no seu local de trabalho. É crime ameaçar, expor ao ridículo ou, injustificadamente, interferir no trabalho ou lazer do consumidor para cobrar uma dívida (art. 71, CDC). Se o fornecedor cobrar quantia indevida (o que já foi pago, mais do que o devido, etc.), o consumidor terá direito de receber o que pagou, em dobro, com juros e correção monetária.

Capítulo 12

Práticas Abusivas

Art. 39, CDC

Existem muitas coisas que o fornecedor não pode fazer, porque são proibidas por lei. Aqui estão algumas delas:

1. O fornecedor não pode condicionar a venda de um produto à compra de outro produto, ou seja, para levar um produto, você não pode ser obrigado a comprar outro, por exemplo, para levar o pão, você tem de comprar um litro de leite. Isto se chama VENDA CASADA e é proibido por lei. É crime: Lei nº 8.137/90, art. 5º, II.

2. É proibido ao fornecedor esconder um produto e dizer que o produto está em falta.

3. Se algum fornecedor enviar-lhe um produto que você não pediu, não se preocupe! Receba como se fosse uma amostra grátis. E se alguém prestar a você um serviço que não foi contratado, não pague. A lei garante que você não é obrigado a pagar (art. 39, parágrafo único, CDC).

4. O fornecedor não pode prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou posição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços.

5. O fornecedor não pode exigir do consumidor vantagens exageradas ou desproporcionais em relação ao compromisso que ele esteja assumindo na compra de um produto ou na contratação de um serviço. Antes de comprar, pesquise o preço em outras lojas.

6. Quem vai prestar-lhe um serviço é obrigado a apresentar, antes da realização do trabalho, um orçamento (Art. 40, CDC). Neste orçamento tem de estar escrito o preço da mão-de-obra, o material a ser usado, a forma de pagamento, a data da entrega e qualquer outro custo.

7. O fornecedor não pode difamar o consumidor só porque ele praticou um ato no exercício de um direito seu.

8. Existem leis que explicam como um produto ou um serviço devem ser feitos. O fornecedor não pode vender produtos ou realizar serviços que não obedecem a essas leis.

9. O fornecedor é obrigado a marcar um prazo para entregar um produto ou terminar um serviço.

10. Elevar, sem justa causa, os preços de produtos e serviços.

11. O fornecedor poderá aumentar o preço de um produto ou serviço apenas se houver uma razão justificada para o aumento.

12. O fornecedor é obrigado a obedecer ao valor do contrato que foi feito. Não pode aumentar o valor do produto ou serviço se o aumento não estiver previsto no contrato.

Responsabilidade do Fornecedor

Arts. 12 a 25, CDC

Um produto ou um serviço é defeituoso quando não oferece a segurança que dele se espera (art. 12, § 1º). Existem vícios de qualidade e quantidade do produto. Os vícios de qualidade dividem-se em vícios por inadequação (o produto é inadequado ao fim que se destina) e por insegurança (de defeito).

Os fornecedores são responsáveis pelos vícios de qualidade ou quantidade do produto (Art. 18, CDC).

Os vícios nos produtos e nos serviços podem causar danos físicos aos consumidores, colocando em risco sua segurança. Estes danos decorrem dos chamados acidentes de consumo, ou seja, acidentes causados pelo produto defeituoso (Art. 12, CDC).

O fornecedor, independentemente da existência de culpa, é responsável pelos danos causados pelo produto defeituoso ou por não ter dado informações suficientes e adequadas sobre a utilização do produto e riscos que ele oferece.

Todas as vezes que um produto ou serviço causar um acidente os responsáveis são (Art. 12, CDC): o fabricante ou produtor; o construtor; o importador; o prestador de serviço.

O Comerciante é também responsável pelos danos quando (Art. 13, CDC): o fabricante, construtor, produtor ou importador não forem encontrados; o produto não tiver a identificação clara do fabricante, produtor, construtor ou importador; não conservar os produtos perecíveis como se deve.

Você pode exigir

Quando existe vício na prestação do serviço, você pode exigir (Art. 20, CDC): que o serviço seja feito novamente sem pagar nada, ou; abatimento no preço, ou; devolução do que você pagou, em dinheiro, com correção. Se o defeito for de fabricação do produto, o fornecedor tem 30 dias para corrigi-lo ou saná-lo. Depois desse prazo, se o produto ficar com problemas ou aparecer novamente o mesmo vício após o conserto, você pode exigir (Art. 18, CDC): a troca do produto, ou o abatimento no preço, ou o dinheiro de volta, com correção.

Se o problema é a quantidade do produto, você tem o direito de exigir (Art. 19, CDC): a troca do produto, ou o abatimento no preço, ou que a quantidade seja completada de acordo com que está escrito na embalagem ou com o que você pediu, ou o dinheiro de volta, com correção

Prazo para reclamação

Art. 26, CDC: O prazo para você reclamar de vícios fáceis de se notar em produtos ou serviços é de: 30 (trinta) dias para produtos ou serviços não duráveis. Por exemplo: alimentos, serviço de lavagem de roupa numa lavanderia. 90 (noventa) dias para produtos ou serviços duráveis. Por exemplo: eletrodomésticos, reforma de uma casa, pintura de carro. Estes prazos são contados a partir da data que você recebeu o produto ou que o serviço terminou.

Direito de arrependimento

Art. 49, CDC: O arrependimento acontece quando você compra um produto ou contrata um serviço e depois resolve não ficar com o produto ou não deseja mais fazer o serviço. Você só tem direito de se arrepender e desistir do contrato se o negócio foi feito fora do estabelecimento comercial (vendas por telefone, telemarketing, internet, etc.) Você tem o prazo de 7 dias para se arrepender de compras feitas por reembolso postal, por telefone ou à domicílio.

Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)

Decreto no 2.181/97

A política nacional de proteção ao consumidor é coordenada pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), da Secretaria de Direito Econômico, do Ministério da Justiça. Os órgãos que fazem parte do SNDC são:

- os Procons e similares nos Estados e Municípios a vigilância sanitária e agropecuária;
- o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade - INMETRO, e os Institutos de Pesos e Medidas - IPEM;
- os Juizados Especiais, além da Justiça comum;
- as Promotorias de Justiça, órgãos do Ministério Público; as Delegacias de Polícia especializadas;
- as entidades civis de defesa do consumidor;
- a Embratur;
- a SUSEP.

Como e Onde Reclamar

Fornecedores

Muitas empresas já possuem o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC, que atende às reclamações e procuram resolver o problema. Você pode encontrar o telefone do SAC nas embalagens dos produtos. Quando for reclamar conte, em detalhe, tudo o que aconteceu, para ajudar a resolver seu problema. Leve a nota fiscal, pedidos, certificado de garantia, contrato, recibos e outros documentos que tiver. Depois de reclamar, guarde com você a prova de sua queixa: protocolo, código de reclamação, etc. Não se esqueça de anotar o nome e o cargo da pessoa que o atendeu. Guarde sempre a nota fiscal dos produtos que você comprou e os recibos dos valores que pagou em caso de prestação de serviços. Só com estes documentos você pode reclamar, por exemplo, de um produto com defeito ou de um serviço mal feito.

Órgão de proteção ao consumidor

Se você não resolver seu problema com o fornecedor de um produto ou serviço, procure o PROCON. Já existem Procons em todas as capitais e em diversas cidades do interior. Os Procons ajudam você a resolver seu problema tentando um acordo entre o fornecedor e você. Os Procons atendem o consumidor com problemas nas áreas de: Alimentos, Assuntos Financeiros, Habitação, Educação, Produtos, Saúde e Serviços.

Como recorrer

Para receber orientação ou fazer uma reclamação, telefone para o PROCON, ou vá pessoalmente ao órgão. Sempre que fizer uma reclamação, forneça seus dados pessoais (nome, telefone, endereço, etc.). Se não fornecer estes dados, a reclamação não poderá ser encaminhada. Reclamações anônimas não serão aceitas. Você deve ter também os dados do fornecedor: nome, endereço e telefone. Os outros documentos necessários para resolver seu problema são a nota fiscal, recibo, o pedido, ou contrato e detalhes sobre o produto ou o serviço reclamado, além de cópias dos documentos pessoais. Guarde com você os originais dos documentos de compra do produto ou de pagamento de um serviço.

Como mover uma ação

Alguns problemas de compra de produto ou pagamento de serviços têm de ser encaminhados à Justiça. Você pode reclamar sozinho ou em grupo, no caso de várias pessoas terem o mesmo problema (Art. 81, CDC). Se só você foi prejudicado, procure a assistência jurídica gratuita, no caso de não poder pagar. Se puder pagar, procure um advogado de sua confiança. Se o valor que você quer receber pelo dano causado for menor do que 40 salários mínimos, pode recorrer ao Juizado Especial de Pequenas Causas. O Juizado Especial dedica-se exclusivamente ao julgamento de ações movidas por pessoas físicas e tem o objetivo de simplificar e diminuir o tempo de alguns tipos de processos. A sua competência abrange regiões ou bairros da cidade. Por isso, o consumidor que desejar acessar o Juizado Especial para solucionar um problema deve procurar o mais próximo da residência da pessoa contra quem pretende mover uma ação, do lugar onde comprou um produto ou mesmo da sua casa. É importante levar a Carteira de Identidade (RG), o CIC e cópias xerox autenticadas de todos os documentos relacionados à questão: notas fiscais, cheque, ordem de serviço de entrega do produto, folheto de publicidade, contrato, etc. Caso contrário, recorra à Justiça Comum, mediante a contratação de um advogado.

9 Direitos aos quais devemos nos atentar

Além dos direitos básicos, listados no artigo 6, o Código de Defesa do Consumidor enumera uma série de regras práticas que ditam a conduta das relações de consumo. O ideal é que todo cidadão o consulte quando houver dúvida na hora de realizar uma compra ou fechar um contrato. O site oficial do Governo Federal listou alguns itens essenciais para os quais o consumidor deve ficar atento, com base no Código de Defesa do Consumidor. Falaremos sobre eles, a seguir.

9 Direitos aos quais devemos nos atentar

1. O Código de Defesa do Consumidor proíbe a venda casada. Ela ocorre quando o fornecedor estipula que o cliente só pode adquirir um produto caso leve outro, idêntico ou não.
2. É proibido o envio do produto sem a solicitação do consumidor. Essa prática é muito comum em bancos, que enviam novos cartões sem o cliente ter solicitado.
3. O consumidor tem o direito de levar o produto pelo preço anunciado. Portanto, a loja não pode anunciar um preço – seja em propagandas ou etiquetas – e cobrar outro na hora da venda.
4. A cobrança indevida deve ser ressarcida em dobro.

9 Direitos aos quais devemos nos atentar

5. Os produtos podem ser recusados se não estiverem embalados e com todas as instruções de uso disponíveis.
6. Se o prazo não for cumprido, o consumidor pode cancelar o contrato ou a compra.
7. Se o consumidor se arrepender da compra, pode receber o dinheiro de volta.
8. É proibido o envio de mensagens eletrônicas que não tenham sido solicitadas pelo indivíduo.
9. Na renegociação de dívidas, o consumidor tem o direito de manter o mínimo para sobreviver. Portanto, as parcelas devem respeitar a quantia que o indivíduo tem para sua sobrevivência básica.



Administra Brasil
Cursos Online Profissionalizantes

Curso online de

Direito do Consumidor

Agora você já pode solicitar o certificado em seu nome por apenas R\$29,90.

O certificado é preenchido com o nome informado no pedido e enviado para o seu e-mail, também informado no pedido, em poucos minutos após aprovação. É simples, prático e rápido!

Esperamos que tenha gostado do curso. Até a próxima!