



(Lei Federal 8.078/90)

INDICE

1. A importância da Lei 8.078/90 – CDC

2. Conceitos básicos

2.1. Quem é Consumidor

2.2. Quem é fornecedor

2.3. Produto

2.4. Serviço

2.5 .Relação de consumo

3. Situações vividas no comércio

3.1. Cuidados com a publicidade e oferta de produto

3.2. Troca de mercadoria

3.3. Direito de arrependimento

3.4. Garantia legal e Garantia contratual

3.5. Garantia estendida

3.6. Quitação antecipada de débito

3.7. Da oferta - Liquidações

3.8. Erro do funcionário?

3.9. Exceções à responsabilidade do lojista ou comerciante

- 3.10. Acidentes com clientes da loja
- 3.11. Sem troco? O que fazer?
- 3.12. Aceitação de cheques
- 3.13. Práticas abusivas
- 3.14. Nomes em língua estrangeira no comércio
- 3.15. Responsabilidade solidária
- 4. Bancos de dados e Cadastros de Consumo
- 5. Proteção Contratual no Código de Defesa do Consumidor
 - 5.1. Importância da fase pré-contratual: princípio da vinculação
 - 5.2. Empréstimo e financiamento
 - 5.3. Cláusulas abusivas
- 6. Crimes tipificados no Código de Defesa do Consumidor

1. A importância da Lei 8.078/90 – CDC

A Lei 8.078/90 é uma lei de ordem pública e a sua aplicação é obrigatória. A sua criação foi determinada pela Constituição Federal de 1988. É composta de normas que regulam as relações de consumo no país, estabelecendo direitos e obrigações para os consumidores e fornecedores.

O Código de Defesa do Consumidor inaugurou uma nova época no exercício da plena cidadania em nosso país, desde então, os brasileiros passaram a contar com um valiosíssimo instrumento de defesa e proteção de seus direitos nas relações consumeristas.

Ao contrário do que se pode pensar em um primeiro momento, o Código de Defesa do Consumidor não tem como objetivo a proteção incondicional e irrestrita do consumidor. O objetivo da lei é a busca da harmonia nas relações de consumo, protegendo e defendendo o consumidor até o nível necessário para que este esteja em pé de igualdade com o fornecedor, alcançando o equilíbrio da relação.

Os organismos de Proteção e Defesa dos Consumidores, em todas as esferas, na sua atuação, procuram igualar o consumidor ao fornecedor nas relações de consumo, visando equilibrá-los dentro de patamares lógicos, cumprindo assim sua aspiração na harmonização das partes envolvidas no conflito da busca da justiça social.

Explorando temas básicos e corriqueiros, objetivamos dotar todos os cidadãos, consumidores e fornecedores de uma ferramenta ágil, simples e eficiente de consulta, para as mais diversas situações do dia a dia:

"Cartilha Prática do Código de Defesa do Consumidor".

2. Conceitos básicos

2.1. Quem é Consumidor

O consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo. É toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos e serviços para o seu próprio consumo. Art. 2º do CDC.

Crianças e adolescentes também são consumidores, bastando que o atendimento de suas demandas e pleitos ocorram com o acompanhamento de um responsável

O consumidor pode ser descrito como destinatário final do produto ou serviço (aquele que encerra o processo econômico, ou seja, utiliza o produto ou serviço para satisfação pessoal, para uso privado) e equipara-se também à coletividade de pessoas que intervenha de alguma maneira, nas relações de consumo, a vítima de um acidente de consumo e todas as pessoas que sejam expostas as práticas comerciais abusivas.

2.2. Quem é fornecedor

O Código de Defesa do Consumidor estabelece de modo bastante genérico e propositadamente amplo, que fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, privada ou pública, nacional ou estrangeira, como também aquelas que produzem, criam, montam, constroem, transformam, importam, exportam, distribuem ou vendem produtos e serviços. Art. 3º do CDC.

Deve-se considerar que o fornecedor não precisa necessariamente auferir lucro de sua atividade, mas apenas receber uma remuneração direta ou indireta pelo produto ou serviço colocado em circulação. Assim, não importa a forma de constituição da empresa (seja ela uma pequena ou grande empresa, uma Sociedade Anônima, uma Associação sem fins lucrativos), desde que desempenhem a atividade descrita no artigo 3º do CDC.

Todavia, nem todo serviço público está sujeito ao CDC. A doutrina entende que apenas podem ser tratados à luz do CDC os serviços públicos oferecidos aos consumidores mediante remuneração específica e de modo individualizado. São exemplos os serviços de telefonia, luz, água e esgoto. Nestes casos, quem explora estes serviços é o Estado (a partir de empresas públicas) ou particulares conhecidos como concessionários de serviços públicos. Ficam de fora da incidência do CDC os serviços públicos pelos quais o cidadão tem acesso independentemente de pagamento específico, a exemplo de segurança pública.

2.3. Produto

Qualquer bem móvel (ex.: carro, eletrodoméstico, mesa, roupa, etc) ou imóvel (ex.: casa, terreno, apartamento), oferecido no mercado de consumo destinado à satisfação do consumidor.

Produto durável: é todo aquele que não se exaure ou desaparece com a simples utilização.

Produto não durável: acaba ou desaparece após o uso.

Os produtos são bens que se transferem do patrimônio do fornecedor para o do consumidor, sejam eles materiais (ex.: aparelho telefônico) ou até imateriais (ex.: um programa de computador). Os produtos móveis são aqueles que como o próprio nome indica, são passíveis de deslocamento, sujeitos à entrega (ex.: um veículo, uma televisão, alimento), enquanto são imóveis os bens incorporados natural ou artificialmente ao solo (ex.: lote de terra urbana ou rural, residencial ou comercial; um apartamento).

2.4. Serviço

Atividade oferecida no mercado de consumo, mediante pagamento, incluindo os serviços públicos, bancários, financeiros, de créditos e de seguros. Não se incluem as atividades decorrentes das relações de caráter trabalhista. Ex.: Serviços educacionais, médicos, etc.

Serviço durável: é aquele que não desaparece com a utilização.

Serviço não durável: acaba ou desaparece imediatamente após o uso.

Os serviços são atividades humanas executadas pelos fornecedores, de interesse dos consumidores que delas necessitam (ex.: o serviço de transporte de passageiros). O CDC esclarece, para que não haja dúvidas, que também são serviços as atividades de natureza “bancária, financeira, de crédito e securitária” (art. 3º, parágrafo 2º, CDC).

2.5. Relações de consumo

Relação jurídica que envolve consumidor e fornecedor, caracterizada pela aquisição ou contratação de produtos e serviços. A lei reconhece o princípio da vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo e propõe-se a efetivar sua proteção e defesa.

É possível afirmar, sem exageros, que ao acordar e acender a luz de um quarto ou, ao se utilizar de escova e pastas dentais para a higiene pessoal, o consumidor/cidadão já inicia seu dia consumindo produtos e serviços essenciais à sua sobrevivência.

3. Situações vividas no comércio

3.1. Cuidados com a publicidade e oferta de produto

O art. 31 do CDC estabelece que a oferta e apresentação de produtos e serviços devem assegurar informações claras, corretas, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidades, composição, preço, garantia, prazo de

validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Desta forma, tudo o que for prometido nos anúncios que forem veiculados deve ser cumprido pelo lojista. Se não houver ressalvas quanto à quantidade, modelo e outros dados importantes, o fornecedor terá que atender quantos consumidores se dispuserem a comprar e pagar à vista.

Os produtos expostos na vitrine devem vir com todas as suas formas de pagamento discriminadas (preço à vista, à prazo, quantidade de parcelas e taxa de juros).

Dentro dos estabelecimentos, os produtos expostos em araras e prateleiras ao alcance dos consumidores também devem seguir a regra citada.

Em casos de grandes lojas, como hipermercados, devem ser disponibilizados leitores de códigos de barras a cada 15 metros.

Previsão legal: Arts. 30 a 38 do CDC; Lei 10.962/04; Decreto Federal 5.903/06.

3.2. Troca de mercadoria

A lei só obriga aos lojistas a realizarem trocas de produtos defeituosos, não havendo dever legal de que seja trocado produto em virtude de arrependimento do comprador quanto à cor, tamanho ou modelo e qualquer outra hipótese.

A troca, neste caso, é uma mera liberalidade do lojista. Na maioria das vezes ela é permitida e aconselhada por uma questão de fidelização e cortesia para o cliente e pela possibilidade de se utilizar deste momento para vender mais outras mercadorias.

Se, contudo, houver qualquer defeito no produto ou falha na informação prestada no momento da compra, a solução do problema é obrigatória.

Quando a troca exigida pelo consumidor for motivada pelo defeito do produto, o lojista tem um prazo máximo de 30 (trinta) dias para saná-lo. Caso isso, não seja feito, poderá o consumidor escolher, alternativamente e à sua escolha:

- a substituição do produto por outro da mesma espécie;
- a restituição da quantia paga, monetariamente atualizada, ou;
- o abatimento proporcional do preço.

No caso de fornecimento de serviços viciados, poderá o consumidor, também à sua escolha, exigir a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível, a restituição da quantia paga atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos ou o abatimento proporcional do preço.

Previsão legal: Arts. 18 a 20 do CDC.

3.3. Direito de arrependimento

O direito de arrependimento somente poderá ser pleiteado quando a compra ocorrer fora do estabelecimento comercial. Portanto, o consumidor só poderá desistir da compra dentro do prazo de sete dias, a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, desde que esta venda tenha sido firmada por telefone, em domicílio, internet, dentre outras formas, fora do estabelecimento comercial.

Cumprido destacar que, o cancelamento da compra independe de existência de vício ou qualquer espécie de problema com o bem. Basta encaminhar ao fornecedor, por qualquer meio, a manifestação de vontade de cancelar o contrato.

Previsão legal: Art. 49 do CDC.

3.4. Garantia legal e Garantia contratual

A garantia legal independe de termo escrito, pois já está prevista em lei, sendo imperativa, obrigatória, total, incondicional e inegociável. O início da contagem do prazo para reivindicação começa no mesmo dia da aquisição do produto ou do serviço pelo consumidor.

Já a garantia contratual é dada por escrito pelo próprio fornecedor, é o denominado termo de garantia, e deve ser entregue ao consumidor no momento da compra.

A garantia contratual é complementar à garantia legal e não é obrigatória. O fornecedor pode concedê-la ou não.

Assim se um eletrodoméstico tem a garantia legal de três meses e o fabricante concede termo de garantia de um ano, a garantia do produto perfaz um total de um ano e três meses.

Quando um produto possui vício aparente (aquele de fácil constatação), como por exemplo, um produto farmacêutico ou alimentar visivelmente deteriorado, alterado, adulterado ou com prazo de validade vencido, ou até mesmo o eletrodoméstico com defeitos visíveis, a garantia legal para os bens duráveis é de noventa dias, enquanto que para os bens não duráveis é de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da mercadoria ou do término da execução do serviço.

Entretanto, quando se tratar de vício oculto (aquele que não se consegue identificar prontamente, muitas vezes requer certo tempo para se manifestar), o prazo para reclamação inicia a contagem a partir do momento em que ficar evidenciado o defeito, uma vez que não se pode eternizar a responsabilidade do fornecedor por vícios ocultos dos produtos ou serviços.

Previsão legal: Art. 26 do CDC.

3.5. Garantia estendida

Tem sido cada vez mais comum, no momento de aquisição de bens duráveis como automóveis, eletrodomésticos, e eletroeletrônicos, o oferecimento do que se tem denominado garantia estendida. Pagando-se determinado valor, o estabelecimento comercial estende a garantia de fábrica, normalmente de um ano, para dois ou três anos.

O Código de Defesa do Consumidor, independentemente da concessão de garantia contratual, obriga os fornecedores (tanto o fabricante como o comerciante) a, em caso de vício aparente ou oculto, realizarem o reparo do bem, promoverem a substituição do produto por outro (em perfeitas condições de uso) ou o abatimento proporcional do preço, em razão de eventual diminuição do valor da coisa decorrente do defeito, além de indenização por perdas e danos.

A maioria das reclamações dos consumidores refere-se a vício oculto, ou seja, aquele que se manifesta apenas após determinado tempo de utilização do bem. O prazo de 90 (noventa) dias para reclamar só se inicia após o surgimento do vício (defeito).

Ora, justamente em razão do critério da vida útil, a garantia legal, ou seja, aquela que decorre diretamente do CDC, pode chegar a dois ou três anos após a data de aquisição do bem, sem necessidade de pagamento de qualquer valor adicional.

Dependendo do prazo e do valor da denominada garantia estendida, não se vê qualquer vantagem em adquiri-la. Se a contagem do prazo para reclamar de vícios do produto for realizada corretamente, o CDC já oferece proteção adequada e suficiente aos interesses do consumidor.

3.6. Quitação antecipada de débito

Quando a quitação da dívida, seja ela total ou parcialmente, for feita antecipadamente, o consumidor tem direito ao abatimento (desconto) proporcional dos juros e demais acréscimos legais aplicados ao

contrato. Isso significa que o devedor somente irá pagar pelos encargos que usou durante o prazo do financiamento.

Estas normas valem para casos de empréstimos em geral, consignados em folha de pagamento, financiamentos (inclusive imobiliários), compras parceladas, com juros, em cartão de crédito e outras operações que envolvam crédito.

Desta forma, no momento da liquidação antecipada da dívida, não é permitida a cobrança de nenhuma taxa, nem mesmo havendo previsão no contrato que fora firmado, sendo esta cláusula, por sua vez, considerada ilegal.

Previsão legal: Art. 52, parág. 2º do CDC.

3.7. Da oferta - Liquidações

Caso o baixo preço cobrado foi devido à existência de pequenos defeitos, sua oferta deverá ser realizada de maneira clara e ostensiva, deixando bem claro ao consumidor acerca das condições daquele produto. Desta forma, o comprador estará assumindo o risco daquela mercadoria. Mesmo assim, é fundamental fazer constar por escrito no verso da nota fiscal o tipo de defeito, como forma de garantia, em caso de algum outro problema surgir com o uso do produto.

Previsão legal: Arts. 30 e 31 do CDC.

3.8. Erro do funcionário?

Se um funcionário da empresa comete algum erro, algum engano na prestação de serviço realizado, responderá a empresa pelos danos que porventura forem ocasionados ao consumidor, haja vista o fornecedor ser solidariamente responsável pelos atos de todos aqueles que falam em nome da empresa, inclusive os representantes autônomos.

O lojista responde pelos vícios e ou perigos que sua atuação promove, ainda que coloque toda diligência para evitar o dano face à sua responsabilidade objetiva, ou seja, aquela independe de culpa.

Desta forma, para se eximir de indenizações morais e materiais decorrentes de equívocos cometidos por funcionários, o lojista deve se preocupar em treiná-los e instruí-los acerca dos direitos e deveres previstos no Código de Defesa do Consumidor - CDC, bem como prepará-los para dirimir conflitos através de mecanismos alternativos, da forma mais diplomática e leal possível, objetivando sempre a fidelização de sua clientela.

Previsão legal: Art. 34 do CDC.

3.9. Exceções à responsabilidade do lojista ou comerciante

Nem sempre o consumidor tem razão. Tanto é que existem algumas situações que eximem a responsabilidade do comerciante pelo produto ou serviço.

Quanto ao produto, basta o comerciante provar que:

- Não colocou o produto no mercado;
- embora haja colocado o produto no mercado, o defeito inexiste;
- a culpa é exclusiva do consumidor ou de terceiros;
- o fabricante, o construtor, o produtor ou o importador estão identificados;
- o produto foi fornecido com identificação clara do seu fabricante, produtor, construtor ou importador;
- conservou adequadamente os produtos perecíveis.

Já o fornecedor de serviços só não responde pelo dano causado ao consumidor quando provar que:

- tendo prestado o serviço, o defeito inexiste;
- a culpa é exclusiva do consumidor ou de terceiro.

Previsão legal: Art. 12, parág. 3º e Art. 14, parág. 3º do CDC.

3.10. Acidentes com clientes da loja

O Código de Defesa do Consumidor prevê como sendo um direito básico a segurança e, por este motivo, as quedas e escorregões ocorridos dentro ou fora do estabelecimento comercial são de responsabilidade do lojista.

O entendimento do Judiciário é de que os acidentes ocorridos em locais que estão sob controle da empresa, ou seja, as áreas que mantêm relação direta ou indireta com a atividade do comerciante devem ser reparadas pelo titular da atividade lucrativa.

Desta forma, ocorrendo o acidente dentro da loja ou mesmo na calçada, caberá ao comerciante reparar o dano material e ou dano moral sofrido.

Mesmo havendo placas amarelas, alertando sobre o risco de piso molhado ou qualquer outro perigo iminente, a empresa poderá ser acionada e responsabilizada se houver acidente.

Aqueles que não realizarem nenhuma compra, mas que estejam dentro das áreas internas ou externas de lojas e outras empresas são, legalmente, considerados consumidores e devem ser indenizados, com base no CDC, em caso de acidentes como explosão, vazamento de gás, queda de detritos resultantes de construção ou reforma, dentre outros.

Percebe-se que tanto na esfera judiciária quanto na administrativa a comprovação de que houve a prestação de socorro e assistência imediata àquele alvo do acidente não só tem reduzido o valor da indenização, como também, em alguns casos, tem-se excluída a condenação.

Por tudo isto, os comerciantes devem estar atentos para não expor seus clientes a nenhum tipo de risco, ou então, disponibilizarem uma equipe de funcionários bem preparada para oferecer socorro e toda assistência aos consumidores. Ao contrário, poderão sofrer ações judiciais.

Previsão legal: Art. 6º do CDC.

3.11. Sem troco? O que fazer?

Caso o fornecedor não tenha troco na efetivação de um contrato de compra e venda, deverá arredondar o preço para baixo e não entregar “balas” para suprir a falta do troco. Também não é aceitável o fornecedor “ficar devendo” a quantia do troco ao consumidor, pois ficará constatado aí um ato ilegal de enriquecimento ilícito em detrimento do patrimônio dos consumidores.

Na venda de um produto, deve haver a prestação por parte do fornecedor (entrega da mercadoria e do troco correto) e uma contraprestação pelo consumidor (pagamento).

Com a retenção destes “centavos” de troco, as empresas acabam aumentando o seu índice de lucratividade, recaindo no art. 884 do Código Civil (“Aquele que sem justa causa se enriquecer a custa de outrem, será obrigado a restituir o indevidamente auferido, feita a atualização dos valores monetários”), bem como no art. 39 do CDC, haja vista ser uma prática abusiva.

Previsão legal: Art. 39 do CDC.

3.12. Aceitação de cheques

O cheque é uma ordem de pagamento à vista e sua aceitação não é obrigatória. Entretanto, caso o estabelecimento se proponha a aceitá-lo, não poderá exigir tempo de abertura de conta, como também deverá informar através de aviso com dizeres específicos, fixado em local de fácil visualização, quais são suas exigências para sua aceitação. Agindo desta forma, não irá transgredir nenhum dispositivo legal.

O que o comerciante pode e deve fazer é a consulta de dados do cliente e do cheque junto ao SPC ou SERASA como também exigir do consumidor a apresentação do CPF e identidade originais (verificar fotografia, detalhes da letra e se a assinatura e os dados conferem).

Vale destacar que as restrições na forma de pagamento devem estar ao alcance dos consumidores no estabelecimento comercial, por intermédio de cardápios, vitrines, placas visíveis, tudo para evitar que o consumidor sofra constrangimentos.

3.13. Práticas abusivas

Algumas práticas comerciais, consideradas abusivas, são realizadas pelos comerciantes, podendo gerar a nulidade do contrato de compra e venda do produto ou serviço, como também gerar ao consumidor direito à indenização.

Algumas delas:

- a) Praticar venda casada (art. 39, I, CDC), ou seja, nela o fornecedor condiciona que um produto ou serviço “A” só seja adquirido se acompanhado (casado) de outro “B”, obrigando o consumidor, mesmo que não queira, a consumir e pagar por duas coisas distintas (“A” e “B”);
- b) Limitar a venda de produtos e serviços sem justa causa. Ocorre quando o fornecedor se recusa a atender um consumidor tendo ele condições de prestar o serviço ou a disponibilidade do produto desejado em estoque (art.39, II, CDC);
- c) Enviar ou entregar produtos ao consumidor, sem solicitação prévia. A consequência do envio não solicitado de bens ou serviços é que serão eles equiparados a amostras grátis, não sendo o consumidor obrigado a pagar pelos mesmos (conforme o parágrafo único do artigo 39 do CDC);
- d) Executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, o qual poderá exigir que seja desfeito às expensas do fornecedor. A simples emissão do orçamento não autoriza, ainda, a realização do serviço, mesmo que o bem tenha sido deixado no estabelecimento do fornecedor. O orçamento (cotação estimativa do preço de produtos e/ou serviços) deve ser anterior à realização de qualquer serviço, isto é,

- prévio, para permitir ao consumidor reflexão e dados específicos para comparar os preços de outros estabelecimentos;
- e) Recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-lo mediante pronto pagamento (em dinheiro). A recusa de atendimento da demanda dos consumidores só pode acontecer por determinação legal, tal como ocorre com a venda de bebidas alcoólicas aos menores de 18 (dezoito) anos;
 - f) Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços;
 - g) Aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido;
 - h) Deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. A estipulação de prazo mínimo para o cumprimento das obrigações do fornecedor deve ser razoável e correspondente à natureza do produto ou serviço. Eventuais prorrogações só poderão ocorrer com anuência expressa do consumidor que pode, ao invés de aceitá-las, extinguir a obrigação recebendo os valores porventura pagos com juros e correção monetária (sem prejuízo de buscar o reembolso de eventuais despesas: perdas e danos) e, se ainda não pagou, deixar de pagar pelo que não foi realizado.

3.14. Nomes em língua estrangeira no comércio

O comércio tem se utilizado de termos estrangeiros, principalmente o inglês, para ofertar suas mercadorias. As expressões “*sale*” e “*50% off*” são encontradas nas vitrines das lojas. Entretanto, essa prática, comumente utilizada, infringe dispositivo do Código de Defesa do Consumidor onde há a determinação de que “a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas, e **em língua portuguesa** (...)”.

A língua estrangeira não traz a clareza apontada na lei, pois seu aprendizado é acessível somente a uma pequena parte da população, podendo seu uso no comércio obstar à compreensão por parte do

consumidor quanto ao preço, condições de pagamento, descontos, etc. Esta prática pode ser interpretada até mesmo como discriminatória.

A oferta de informação deve ser na mesma proporção da língua que o consumidor fala.

Previsão legal: Art. 31 do CDC.

3.15. Responsabilidade solidária

Todos os integrantes da cadeia de produção e circulação dos produtos possuem responsabilidade solidária perante o consumidor.

Isto significa que a pretensão do consumidor em relação à substituição do produto, a devolução do valor pago ou abatimento proporcional do preço (além das perdas e danos), pode ser dirigida tanto ao comerciante, como ao fabricante ou a qualquer outro fornecedor intermediário que tenha participado da cadeia de produção e circulação do bem (importador, distribuidor, etc).

Assim, por exemplo, se o aparelho celular, por vício (defeito), deixa de funcionar, tanto o comerciante como o fabricante do bem, possuem o dever de atender diretamente o consumidor.

Em termos práticos, seja na Justiça ou no Procon, tanto o vendedor (comerciante) como o fabricante do produto podem ser convocados. Ambos estão sujeitos a aplicação de sanção administrativa. Ambos podem ser condenados pela justiça. A ação ou reclamação pode ser dirigida contra qualquer um ou contra ambos.

A responsabilidade solidária é relevante instrumento de defesa dos interesses do consumidor, pois, muitas vezes a satisfação do direito do consumidor só é possível em virtude da existência de pluralidade de responsáveis, principalmente quando o comerciante encerra suas atividades e desaparece da noite para o dia sem deixar qualquer patrimônio para responder pelas suas dívidas.

4. Bancos de dados e Cadastros de Consumo

Como a realização de qualquer negócio pressupõe conhecimento da pessoa, o mercado criou mecanismos para que os fornecedores, principalmente quando a compra envolve concessão de crédito, tenham informações sobre os consumidores. Também, a partir de informações sobre o perfil e hábitos do consumidor, são elaborados arquivos para aumento das vendas de produtos e serviços. Simplificando, são justamente, os **cadastros e bancos de dados de consumo**.

Nos cadastros de consumo, a informação é obtida, em regra, do próprio consumidor. Além disso, o destino da informação não é para o mercado e sim para o próprio fornecedor que solicita as informações.

De outro lado, nos bancos de dados de consumo, cujo melhor exemplo são os bancos de dados de proteção ao crédito (SPC, SERASA, CCF, etc), a informação normalmente é obtida pelo mercado (por vários fornecedores) e o destino da informação é também para o mercado e não para um fornecedor específico. Nos bancos de dados de consumo, o objetivo é compartilhar entre fornecedores algumas informações de consumidores.

O Serviço de Proteção ao Crédito – SPC é um banco de dados, mantido pelas CDLs (Câmaras de Dirigentes Lojistas), que possuem caráter público e tem como finalidade disponibilizar informações seguras para melhor análise do empresário quando da concessão de crédito.

Como associado à CDL local, o comerciante pode registrar seus clientes devedores assim que constatada a inadimplência (atraso no pagamento). O registro ficará ativo no sistema por cinco anos, a contar do vencimento da dívida.

Caso o lojista queira fazer a cobrança diretamente ao consumidor devedor, deverá se atentar ao fato de jamais expô-lo a ridículo, nem submetê-lo a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

A responsabilidade pela inclusão e exclusão dos registros em SPC, bem como o fornecimento do endereço completo e atualizado do devedor, é do lojista associado, cabendo tão somente à CDL local armazenar estas informações e emitir a notificação prévia ao consumidor.

Desta forma, após a quitação da dívida, o lojista deve, no prazo legal, solicitar a exclusão deste registro, sob pena de ser responsabilizado, judicialmente, por danos morais.

A SERASA é uma empresa privada que possui um dos maiores bancos de dados do mundo e dedica sua atividade à prestação de serviços de interesse geral. A instituição é reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor como uma entidade de caráter público (Lei 8.078/90, art. 43, parág. 4º).

Em seus computadores são armazenados dados cadastrais de empresas e cidadãos e informações negativas que indicam dívidas vencidas e não pagas e os registros de protesto de título, ações judiciais, cheques sem fundos e outros registros provenientes de fontes públicas e oficiais. Os dados de dívidas vencidas são enviados sob convênio com credores/fornecedores, indicando os dados do devedor.

As informações da SERASA são fornecidas aos bancos, às lojas do comércio, às pequenas, médias e grandes empresas, com o objetivo de dar apoio às decisões de créditos e, assim, tornar os negócios mais baratos, rápidos e seguros.

Ao lado de várias associações e empresas, consigne-se conhecido serviço de proteção ao crédito no setor público. Trata-se do CCF (Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundos), vinculado ao Banco Central, mas administrado pelo Banco do Brasil. Nele são registrados principalmente os cheques de contas encerradas e sem fundos, apresentados pela segunda vez.

O Código de Defesa do Consumidor impõe uma série de requisitos e deveres a serem observados pelas entidades de proteção ao crédito no

artigo 43. Em síntese, a lei exige que toda informação seja verdadeira, clara, objetiva e com linguagem de fácil compreensão; é estabelecido que o consumidor deve ser previamente comunicado do registro, podendo ter acesso às informações pessoais e questionar sua exatidão, a veracidade da informação. O prazo máximo para manutenção do registro é de cinco anos.

Previsão legal: Arts. 42 e 43 do CDC.

5. Proteção Contratual no Código de Defesa do Consumidor

Contrato significa um conjunto de deveres e direitos livremente estabelecidos por acordo entre as partes que o integram, respeitando-se às limitações impostas por lei.

O contrato, em sua visão tradicional, apresenta a imagem de duas pessoas, em relativa situação de igualdade, sentadas à mesa, discutindo e redigindo o conteúdo de cada cláusula do documento que, após assinatura, irá vincular as partes.

Entretanto, a concepção de que os homens são livres e iguais e, portanto, capazes de resguardar adequadamente seus interesses financeiros, escolher o parceiro contratual, bem como de definir o conteúdo do contrato, foi desmentida pela realidade: as pessoas são, em regra diferentes e os economicamente mais fortes impõem seus interesses nas mais diversas situações, principalmente nas relações de consumo.

A vulnerabilidade do consumidor no mercado é especialmente sensível no campo contratual, pois a possibilidade do consumidor influenciar o conteúdo e a redação das cláusulas é mínima, senão inexistente. Sua vontade vale pouco.

De regra o que se vê, são contratos de adesão, ou seja, documentos elaborados unilateralmente pelo fornecedor. Além disso, por vezes, são utilizadas palavras complicadas, terminologia técnica, de difícil entendimento.

Em razão desse quadro de desigualdade, o Código de Defesa do Consumidor, dedica especial atenção ao contrato. De um modo geral, pode-se afirmar que o objetivo maior da lei é que as relações contratuais entre fornecedor e consumidor sejam pautadas pela lealdade, transparência e equilíbrio. O CDC não aceita a fraude, o intuito de enganar, cláusulas minúsculas, obscuras e contratos que possibilitem o enriquecimento sem causa do fornecedor.

É nesse contexto que o Código de Defesa do Consumidor disciplina o contrato: objetiva-se proteger a parte mais frágil na relação – o consumidor. A disciplina da lei abrange todas espécies de contratos, verbais, escritos, de adesão, paritários, etc. Para a incidência ou não do Código, deve-se verificar se as partes caracterizam-se como consumidor e fornecedor, com base nos respectivos conceitos legais.

5.1. Importância da fase pré-contratual: princípio da vinculação

A assinatura do contrato, ou mesmo a celebração de um contrato oral (verbal), não é, de regra, o início da relação estabelecida entre fornecedor e consumidor. Antes disso, várias e sofisticadas técnicas de *marketing* são utilizadas para atrair o comprador, tais como publicidade, oferta, promoções, “brindes”, etc.

O contrato sob a ótica do Código de Defesa do Consumidor, deve ser visto integralmente, abrangendo, inclusive, a fase pré-contratual. Praticamente, tudo que é dito e anunciado por meio de oferta verbal, recibos, pré-contratos e publicidade já possui efeitos em relação ao fornecedor.

Em síntese, tudo que é objetivamente oferecido nesta fase pré-contratual (preço, condições de pagamento, qualidade do produto,

garantia, etc) vincula o fornecedor. As consequências pelo descumprimento da oferta estão previstas nos arts. 35 e 48 do CDC.

5.2. Empréstimo e financiamento

O Código de Defesa do Consumidor estabelece no art. 52 algumas regras específicas para o fornecimento de produtos e serviços que envolva a concessão de crédito.

A idéia básica é que o consumidor tenha completa noção do custo do empréstimo (juros, “taxas” e tributos). Somente conhecendo o preço total do empréstimo, é possível realizar uma decisão madura e refletida sobre a aquisição do bem mediante crediário. Com as informações, principalmente “soma total a pagar com e sem financiamento”, pode o consumidor decidir, efetivamente, sobre os benefícios e diferenças do pagamento à vista ou parcelado.

A informação adequada e completa sobre o empréstimo, incluindo aí a forma de cálculo de reajuste das prestações, bem como impacto no orçamento familiar, é fundamental para a decisão do consumidor, inclusive para evitar situações de **superendividamento**.

5.3. Cláusulas abusivas

Para oferecer uma tutela efetiva e real ao consumidor, o Código de Defesa do Consumidor não se contenta em estabelecer transparência e clareza nas contratações, bem como interpretação mais favorável ao consumidor. Existe preocupação com o conteúdo dos contratos, que se reflete na definição legal de rol de cláusulas abusivas, nulas de pleno direito, ou seja, sem qualquer valor jurídico, conforme especifica o art. 51 da lei.

6. Crimes tipificados no Código de Defesa do Consumidor

Se o empresário desrespeitar o Código de Defesa do Consumidor estará sujeito a multas administrativas aplicadas pelo PROCON, Ministério Público ou Secretaria de Defesa Econômica.

Dependendo da infração, poderá ainda sujeitar-se a penas que vão de um mês até dois anos de prisão, além de multa.

Seguem os artigos do CDC pertinentes:

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

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

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

§ 2º Se o crime é culposo:

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

§ 2º Se o crime é culposos;

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

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

Parágrafo único - (Vetado).

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

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

Parágrafo único - (Vetado).

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

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

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

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

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

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

Pena - Detenção de seis meses a um ano ou multa.

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

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

Pena - Detenção de um a seis meses ou multa.

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

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

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

II - ocasionarem grave dano individual ou coletivo;

III - dissimular-se a natureza ilícita do procedimento;

IV - quando cometidos:

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

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

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

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

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

I - a interdição temporária de direitos;

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

III - a prestação de serviços à comunidade.

Art. 79. O valor da fiança, nas infrações de que trata este código, será fixado pelo juiz, ou pela autoridade que presidir o inquérito, entre

cem e duzentas mil vezes o valor do Bônus do Tesouro Nacional (BTN), ou índice equivalente que venha a substituí-lo.

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

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

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

Previsão legal: Arts. 61 a 80 do CDC.

“O Estado promoverá, na forma da Lei, a defesa do consumidor.” Art.5º, XXXII, C.F. 1988