

GRADUAÇÃO EM DIREITO

Profª Drª Alessandra Vanessa Teixeira

Elaborado por:

Adriana Thiesen
Alessandro Alves Pires
Andrea Nichele Reses
Bernardo Massaro Nunes
Bruna Michels Dotto
Carlos Eduardo Bertolini Mendonça
Carlos Eduardo Nascimento Souza
Eduardo Secretti
Érica do Nascimento Prass
Esequias Marcos de Oliveira
Fábio Guedes Macedo
José Fernando Jovanwicks de Andrade
Flávia Giriboni Rosback
Franciele da Silva Flores
Frederico Berlese Longoni
Isabel Cristina Motta
Isis Crema Coelho

Jean Willian Fernandes de Brum
Jeferson Camargo da Silva
Jeferson D'império
Lacione Lutiane Rodrigues de Lima
Leonardo da Rosa Contrera
Letiele Devicares dos Santos
Lidiane Chaves Nascimento
Loreni Oliveira Campos
Lucas Fagundes Barreto
Maria Angélica do Carmo Chagas de Souza
Marla da Silva Soares
Michele Silva da Silva
Paulo Alessandro Bandeira dos Santos
Pedro Gabriel Machado Bontempo
Teixeira de Moraes
Tálisson dos Santos Alves
Valesca Azevedo Trindade

TELEFONES ÚTEIS:

PROCON SANTA MARIA: (55) 3217.1286

DEFENSORIA PÚBLICA SANTA MARIA: (55) 3218.1032

MINISTÉRIO PÚBLICO SANTA MARIA: (55) 3222.9049

 FACULDADE DE CIÊNCIAS
JURÍDICAS DE SANTA MARIA

Cartilha do CONSUMIDOR

PROJETO DE EXTENSÃO

DISCIPLINA DIREITO DO CONSUMIDOR

RELAÇÃO DE CONSUMO

É como chamamos o vínculo criado entre o consumidor e o fornecedor do produto/serviço.



Na relação de consumo haverá um consumidor, um fornecedor e um produto/serviço que ligue um ao outro. De um lado está o fornecedor e no outro está o consumidor, cujo objeto da relação são os produtos ou serviços. Sempre que um consumidor adquire o produto ou serviço de um fornecedor, entre os dois estará estabelecida uma relação de consumo.

CONSUMIDOR

É TODA PESSOA FÍSICA OU JURÍDICA QUE ADQUIRE OU UTILIZA UM PRODUTO OU SERVIÇO COMO DESTINATÁRIO FINAL.(CDC, ART 2º, CAPUT).

Consumidor não é somente aquele que, diretamente, adquire o produto ou serviço. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) também protege os que forem afetados pelo produto/serviço, sendo considerados consumidores por equiparação. (CDC, arts. 2º, caput, 17 e 29)

Exemplo: uma cabelereira que adquire um secador de cabelos para utilizar em seu salão não é considerada consumidora, pois ela não é destinatária final. O secador não será para seu uso pessoal, mas sim para ser utilizado como ferramenta de trabalho. Já uma cabelereira que tendo seu secador no salão de beleza, adquire outro para uso pessoal é considerada consumidora, porque é destinatária final.

FORNECEDOR

É TODA PESSOA FÍSICA OU JURÍDICA QUE DISPONIBILIZA UM PRODUTO OU SERVIÇO NO MERCADO.(CDC, ART 3º)

Nem toda pessoa (física ou jurídica) que vende algo necessariamente é um fornecedor. Para que se configure como fornecedor, nos termos do CDC, é necessário que a atividade seja regular e habitual.

Não configurada a regularidade e habitualidade da atividade, não se aplica o CDC ao negócio realizado, mas sim as regras do Código Civil.

Ex. Uma pessoa que vende seu carro para terceiro não é considerada fornecedor. Entretanto, uma outra pessoa que regularmente adquire veículos com fins de revenda é considerado fornecedor.

PRODUTO

É QUALQUER BEM COMERCIALIZADO, OU SEJA, TUDO QUE VOCÊ 'COMPRA'. (CDC, ART 3º, §1º)

Ex. O tal vestido “cheguei” que você comprou na loja, a picanha para churrasco, a super televisão de 60 polegadas, o jogo de videogame, o programa para seu computador e até o cachorro-quente da tia da esquina. Importante ressaltar também que os produtos gratuitos também estão garantidos pelos direitos do consumidor (por exemplo, a amostra grátis).

SERVIÇO

É A ATIVIDADE HUMANA REMUNERADA FORNECIDA NO MERCADO.(CDC, ART 3º, §2º)

Ex. O corte de cabelo no salão de beleza, a limpeza no lava jato, os planos de saúde, a instalação de um piso em uma casa, prestador de serviço que cortar a grama, a passagem de ônibus, o Uber, o estacionamento do shopping e também aqueles de natureza bancária financeira, de crédito e securitária.

Nem em todos os serviços públicos são aplicáveis o CDC. Aos serviços públicos que a contratação se der por meio de tarifa, taxa ou preço público, como pedágio, energia elétrica, ônibus, cabe o CDC, entretanto, aos serviços custeados, principalmente, por impostos não cabe aplicação do CDC.



DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR



Os direitos básicos do consumidor estão previstos no art. 6º do Código de Defesa do Consumidor (CDC) e, dentre eles, destaca-se:

DIREITO À PROTEÇÃO CONTRATUAL

De acordo com o CDC são nulas as cláusulas contratuais que coloquem o consumidor em desvantagem excessiva. Quando houver evidência de que o contrato foi firmado nestes termos, o consumidor pode pedir a anulação da cláusula ou até mesmo cancelar o contrato.

DIREITO À FACILITAÇÃO DE ACESSO À JUSTIÇA

Esse direito assegura o consumidor quando há uma violação de seus direitos, sempre deverá existir a possibilidade de recorrer ao judiciário ou a outros órgãos de proteção ao consumidor.

DIREITO À VIDA, SAÚDE E SEGURANÇA

Assegura ao consumidor que os produtos e serviços não podem acarretar danos à saúde ou a segurança do consumidor. Esse direito visa proteger o consumidor de práticas no fornecimento de produtos e serviços que possam causar danos, tratando da qualidade, prevenindo e reparando os danos que possam ser causados aos consumidores.

DIREITO AO SERVIÇO PÚBLICO EFICAZ

O consumidor deve ter acesso a um serviço público adequado e eficaz. A lei reforça o dispositivo constitucional e ressalta a necessidade de eficiência dos serviços públicos, precisando ser realmente efetivo e cumprir com sua finalidade.

DIREITO À EDUCAÇÃO, LIBERDADE DE ESCOLHA E INFORMAÇÃO ADEQUADA

Ao consumidor é assegurado a liberdade de escolha e o direito de igualdade em suas contratações. O consumidor é livre para escolher o produto/marca A x B. Devendo ser claras as informações sobre o consumo adequado do produto, assim como as orientações de uso.

DIREITO À PREVENÇÃO E REPARAÇÃO DE DANOS

O CDC tutela a prevenção de danos, mas na hipótese de prejuízo garante a integral indenização. O consumidor ao adquirir um produto/serviço prestado e o mesmo vier com defeito ou não cumprir sua função, fica à cargo da empresa arcar com o dano, com reparo imediato ou substituição do mesmo a fim de suprir a necessidade do consumidor.

DIREITO À PROTEÇÃO CONTRA PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA

A publicidade deve ser veiculada de forma que o consumidor a identifique imediatamente como tal. Além disso, caso o produto/serviço vendido não corresponda com o prometido pela publicidade, o consumidor tem direito à devolução ou cancelamento do contrato.

DEFEITO X VÍCIO DO PRODUTO/SERVIÇO



DIFERENÇAS PRÁTICAS NO CDC ENTRE: VÍCIO X DEFEITO

Vício e **Defeito** não são sinônimos, uma vez que o primeiro diz respeito à qualidade e à quantidade do produto ou serviço, enquanto o segundo diz respeito à segurança da pessoa do consumidor. Veja o quadro a seguir:

VÍCIO ART. 26

O direito de reclamar pelos vícios tem prazo decadencial de:

- I) 30 dias para bens e serviços não duráveis;
- II) 90 dias para bens e serviços duráveis;

§1º: O prazo começa a correr a partir da entrega do produto ou do término da execução dos serviços.

VÍCIO ART. 18

Tanto os fabricantes quanto os comerciantes são responsáveis pelos vícios de qualidade e quantidade.

Art.18§1º: Se o vício não for sanado em 30 dias, o consumidor pode exigir, à sua escolha:

- I) A substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II) A restituição da quantia paga;
- III) Abatimento proporcional do preço

VÍCIO ART. 23

A ignorância do fornecedor sobre os vícios não o exime de responsabilidade.

DEFEITO ART. 27

O direito de reclamar pelos defeitos do produto tem prazo prescricional de 5 anos. O prazo começa a ser contado a partir do conhecimento do dano.



DEFEITO ART. 13

O comerciante só será responsabilizado quando o fabricante, produtor, construtor ou importador não puder ser identificado.



DEFEITO ART. 14

O fornecedor / fabricante responde, independentemente de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores.

VÍCIO = CARACTERÍSTICA INTRÍNSECA

- Não funciona;
- Funciona mal ou de forma inadequada;
- Diminui o valor;
- Inconformidade com as informações.

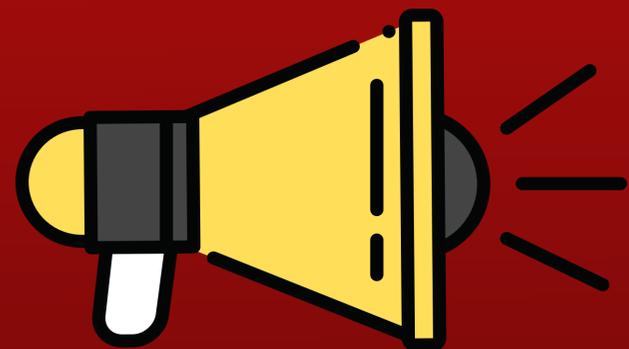
DEFEITO = CONSEQUÊNCIA EXTRÍNSECA

- Quando o vício causa um dano material ou moral;
- “Acidentes de consumo”.

PERCEBEU ALGUM VÍCIO OU DEFEITO EM PRODUTO OU SERVIÇO QUE ADQUIRIU? FIQUE ATENTO AOS PRAZOS E NÃO DEIXE DE BUSCAR AUXÍLIO PROFISSIONAL PARA RESOLVER O PROBLEMA.



OFERTA E PUBLICIDADE



OFERTA:

Art. 30 do CDC: 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.

A oferta é um gênero da publicidade, marcada por informações acerca do preço e condições de aquisição dos produtos e serviços, ou seja, o valor e as formas de aquisição, pagamento, financiamento, entre outras.

PUBLICIDADE:

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

A publicidade é a forma dos fornecedores prestarem informações sobre seus produtos e serviços aos consumidores, relacionadas ao objetivo final, à venda desses produtos e serviços.

PUBLICIDADE X PROPAGANDA:

A PUBLICIDADE SE DIFERENCIA DA PROPAGANDA, POIS NELA HÁ UMA AUSÊNCIA DE INFORMAÇÃO IDEOLÓGICA. EM REGRA, A PUBLICIDADE SE DESTACA POR INFORMAÇÕES OBJETIVAS, TRANSMITINDO AO CONSUMIDOR DADOS DE FUNCIONAMENTO, UTILIDADE, PRODUTIVIDADE, SEGURANÇA E EFICÁCIA DO PRODUTO OU SERVIÇO APRESENTADO.



PUBLICIDADE ENGANOSA E ABUSIVA:

Art. 37. CDC: É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

EXEMPLO DE PUBLICIDADE ENGANOSA:

Fulano de Tal vai até uma loja de eletrônicos e compra um smartphone novo, pois viu em uma publicidade da fabricante de celulares que o telefone é a prova d'água. Porém ao deixar o celular na umidade, o aparelho deixa de funcionar.

§ 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, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

EXEMPLO DE PUBLICIDADE ABUSIVA:

Determinada empresa fabricante de computadores produz publicidade de seu produto utilizando de incentivo a violência e a discriminação racial.

SANÇÃO PELA PRÁTICA DE PUBLICIDADE ENGANOSA OU ABUSIVA:

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.

GARANTIA DE PRODUTOS E SERVIÇOS



GARANTIA LEGAL: ART. 26 DO CDC.

É aquela prevista em lei, obrigatória para todos os produtos e serviços.

- Produtos e serviços duráveis: 90 dias.
- Produtos e serviços não duráveis: 30 dias.

O início da contagem do prazo é a partir da entrega efetiva do produto ou do término da execução dos serviços. (§ 1º do art. 26 CDC).

Atenção: No caso de vício oculto, que é aquele que não se consegue identificar prontamente, o prazo para reclamação inicia a contagem a partir do momento em que ficar evidenciado o defeito (§ 3º do art. 26 CDC).

GARANTIA CONTRATUAL: ART. 50 DO CDC

É complementar à garantia legal e não é obrigatória. O fornecedor pode fornecê-la ou não. Caso o faça, ela deve ser dada por escrito (termo de garantia) ao consumidor no momento da compra.

Atenção: o tempo convencionado na garantia contratual é complementar ao tempo da garantia legal e não substitutivo.

Exemplo: se o fornecedor dá garantia de 180 dias para uma televisão (um produto durável), o consumidor terá 270 dias de garantia. Somam-se os 90 dias da lei aos 180 dias do contrato.

GARANTIA ESTENDIDA: NÃO ESTÁ PREVISTA NO CDC

É classificada como um seguro, uma espécie de serviço acessório adquirido pelo consumidor no momento da compra, e, por isso, não deve ser confundida com a garantia contratual (artigo 50, do CDC).

Há duas formas de garantia estendida: A primeira possui a mesma cobertura da garantia contratual, mas se inicia após o término do prazo previsto pela garantia contratual. Enquanto na segunda forma, o prazo da garantia estendida começa junto com o prazo da garantia contratual, porém abrange uma gama maior de situações.

Atenção: a garantia estendida somente pode ser adquirida por meio de contrato, sob pena de o fornecedor incorrer em prática abusiva e, conseqüentemente, ser responsabilizado civilmente, nos termos do artigo 39, I, do CDC.

PRÁTICAS ABUSIVAS



As práticas abusivas estão elencadas no art. 39 do CDC:

É VEDADO AO FORNECEDOR DE PRODUTOS OU SERVIÇOS, DENTRE OUTRAS PRÁTICAS ABUSIVAS:



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

Exemplo: Se você for a uma lanchonete e no local só vende o hambúrguer juntamente com batata fritas e refrigerante, o estabelecimento não vai te dar a opção de comprar os produtos separados, só poderá comprar o conjunto inteiro, isso é considerado **VENDA CASADA**, caracterizando uma exigência por parte do estabelecimento com um produto atrelado a outro, e isto está em desacordo com o Código de Defesa do Consumidor.

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

Exemplo: Em uma loja de roupas, o consumidor diz ter o dinheiro em mãos para adquirir uma blusa e simplesmente o vendedor não vende para você por determinada razão desconhecida ou porque não quer. O vendedor não pode fazer isso se tiver o produto em estoque, sendo uma recusa ao atendimento a demanda do consumidor – prática abusiva.

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

Exemplo: O dono de uma loja de brinquedos induz uma criança a comprar um produto defeituoso, abusando da inocência de menor para livrar-se de um produto o qual não conseguiria vender.



V - Exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

Exemplo: A empresa X de eventos alugou um salão com contrato de 5 anos, de 2018 a 2023. A empresa X passou a realizar diversos eventos e festas, no entanto, em razão da pandemia do coronavírus em 2020, foram proibidos, no município em que se encontra a empresa X, todos os eventos que se faça ou promova festa, o que se tornou oneroso para a empresa arcar com os valores atuais do contrato de aluguel.

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

Exemplo: Levar um veículo à oficina para realização de um orçamento sobre o mau funcionamento do sistema de freios. Porém a oficina realiza o serviço sem a elaboração do orçamento e sem a concordância do consumidor. Será considerado prática abusiva, não permitida pelo CDC, a execução de serviço, sem a prévia elaboração de orçamento e autorização do consumidor. O orçamento deverá conter informações exigidas pelo artigo 40 do mesmo código.

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

Exemplo: O consumidor que questiona judicialmente alguma cláusula de contrato de determinada empresa prestadora de serviços de financiamento e essa empresa o coloca em uma “lista negra”, negando-lhe concessão de crédito ou até mesmo o discriminando.

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

Exemplo: Os produtos que seguem as normas exigidas pelos órgãos competentes têm uma confiabilidade maior e tendências de que tanto a qualidade de sua construção, ou execução no caso de algum serviço, seja feita com confiabilidade superior caso este inciso não fosse elaborado.

IX - Recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais;

Exemplo: Um comerciante, dono de um estabelecimento de alto padrão, nega-se a vender algum produto a um indivíduo que por estar vestido com roupas simples ele pensa que o mesmo não terá como pagar pelo bem que ele tem a intenção de comprar.

X - Elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços;

Exemplo: Uma caixa de máscara que custa R\$ 40,00 (quarenta reais) e duas semanas depois está custando R\$ 100,00 (cem reais).

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

Exemplo: É o caso do parcelamento de mensalidades atrasadas ou inadimplência, querer cobrar de uma vez.

XII - Deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério;

Exemplo: Venda em construção, desde que o prazo máximo de prorrogação seja de 180 dias.

XIII - Aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido;

Exemplo: Operadora de plano de saúde que em decorrência da Covid 19 reajusta os planos de saúde em índice superior ao estipulado no contato.

XIV - Permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo;

Exemplo: A fatídica tragédia da boate Kiss, cujas perdas poderiam ser minimizadas se o limite do número de pessoas dentro do estabelecimento tivesse sido respeitado.

Cartilha do CONSUMIDOR

PROJETO DE EXTENSÃO

DISCIPLINA DIREITO DO CONSUMIDOR