

CENTRO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR REINALDO RAMOS/CESREI
FACULDADE REINALDO RAMOS/FARR
BACHARELADO EM DIREITO

GERALDO LUIZ DE SOUZA ALVES

**PRINCIPAIS ASPECTOS DA REFORMA DO CÓDIGO DE
PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

Campina Grande-PB

2013

GERALDO LUIZ DE SOUZA ALVES

**PRINCIPAIS ASPECTOS DA REFORMA DO CÓDIGO DE PROTEÇÃO E
DEFESA DO CONSUMIDOR**

Trabalho Monográfico apresentado à
Coordenação do Curso de Direito da
Faculdade Reinaldo Ramos-FARR, como
requisito parcial para a obtenção de grau de
Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Rodrigo Araújo Reül

Campina Grande-PB

2013

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA DA CESREI

A474p

Alves, Geraldo Luiz de Souza.

Principais aspectos da reforma do código de proteção e defesa do consumidor / Geraldo Luiz de Souza Alves. – Campina Grande, 2013.
56 f.

Monografia (Graduação em Direito) Faculdade Reinaldo Ramos-FAAR - Centro de Educação Superior Reinaldo Ramos-CESREI.
Orientador: Prof. Esp. Rodrigo Araújo Reül.

1. Código de Defesa do Consumidor. 2. Direito do Consumidor. I. Título.

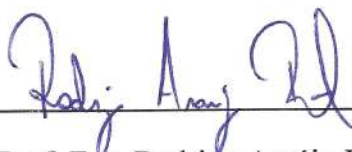
CDU 346.548(094.4)(043)

GERALDO LUIZ DE SOUZA ALVES

**PRINCIPAIS ASPECTOS DA REFORMA DO CÓDIGO DE PROTEÇÃO E
DEFESA DO CONSUMIDOR**

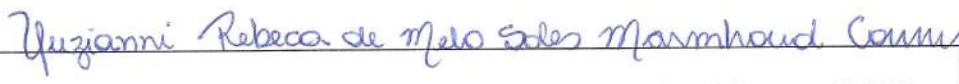
Aprovada em: _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Esp. Rodrigo Araújo Reül – FARR

Prof. Me. Saulo Medeiros da Costa Silva – FARR



Prof. Esp. Yuzianni Rebeca de Melo Sales MarmhoudCoury – FARR

Dedico o presente trabalho a meu querido pai Francisco, que contribuiu com a força de seu trabalho para a realização do sonho de me graduar.

A minha mãe Maria Lúcia pela força e dedicação que sempre me proporcionou.

Agradeço a Deus por guiar e oferecer uma família maravilhosa e suas demonstrações de amor a cada dia.

Ao meu pai Francisco e minha mãe Maria Lídia que sempre estiveram comigo nos bons e maus momentos, demonstrando sempre muito carinho.

À minha irmã Mary Lidyene que sempre demonstrou apoio e sempre praticando comigo o amor de irmão.

Aos amigos de faculdade que deixaram as aulas mais divertidas, Andson, Adler e Fabiana Holanda, que sempre demonstraram uma sincera amizade no decorrer da nossa graduação.

Ao Professor Rodrigo Reül que além de professor se tornou um grande amigo no decorrer da graduação e pela dedicação, orientação e paciência ao logo dessa pesquisa monográfica.

Aos professores e todos os funcionários da FARR, que sempre com muito carinho, ajudaram na minha rotina acadêmica.

Ao Dr. Moisés Moraes que além de orientador no ramo prático da advocacia se tornou um grande amigo e sempre é válido presenciar os seus ensinamentos.

À Lourdinha Mendonça que sempre ofereceu as palavras certas nos momentos mais inesperados, com seu jeito único de ser, demonstrando que é possível às realizações de nossos objetivos.

Obrigado a todos.

“Tudo o que um sonho precisa para ser realizado é alguém que acredite que ele possa ser realizado.”

(Roberto Shinyashiki)

RESUMO

A presente monografia trata da relação de consumo, voltado para o Código de Defesa do Consumidor, como meio de garantir reparação do prejuízo causado a parte vulnerável. Inicialmente se mostra as necessidades ao longo da histórica, de movimentos ao redor do mundo. No Brasil começou a surgir os primeiros relatos nos tempos do império. Mas ainda não era muito falho e na maioria das vezes, o fornecedor abusivamente prejudicava o consumidor. Vários princípios fundamentais são elencados da Constituição Brasileira de 1988, que serviram como base para a formação da Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990, se tornando o principal meio do consumidor garantir o os seus direitos e servindo até de exemplo para outros países. Com demonstrações dos conceitos de diversos doutrinadores, vários métodos e suas simples diferenças nas relações consumeristas. Ao longo desses vinte e três anos com essa legislação do consumidor, aconteceram várias transformações na sociedade, até mesmo em maneiras das relações consumos. Através dos avanços das novas tecnologias na maneira de fornecer produtos ou serviços, o Senado Federal tem propostas de lei para aumentar a rede de posições de direitos ao consumidor, como nas áreas de comércio eletrônico, as ações coletivas e maneiras de diminuir o superfaturamento.

Palavras-chave: Consumidor, Fornecedor, Produtos e Serviços.

ABSTRACT

This monograph deals with the relationship of consumption, facing the Code of Consumer Protection, as a means to secure redress for injury to the vulnerable. Initially shown needs along the historical movements around the world. Brazil began to emerge in the first reports in the days of the Empire. But it still was not very flawed and most often the vendor wrongfully harmed consumers. Several key principles are listed in the Brazilian Constitution of 1988, which served as the basis for the formation of Law 8,078 of September 11, 1990 becoming the primary means of ensuring your consumer rights and serving up an example for other countries. With demonstrations of the concepts of various scholars, several simple methods and their differences in relations consumers. Throughout these twenty three years with this consumer legislation, there were several changes in society, even in ways relationships consumption. Through the advances of new technologies in the way of providing products or services, the Senate has proposed legislation to increase the network positions of consumer rights, such as in the areas of electronic commerce, collective action and ways to reduce overpricing.

Keywords: Consumer, Provider, Products and Services.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

a.C.	Antes de Cristo
Art.	Artigo
CDC	Código de Defesa do Consumidor
<i>Caput</i>	Cabeça
Ed.	Edição
Nº	Número
p.	Página
PLS	Projeto de Lei no Senado
PROCON	Órgão de Proteção e Defesa ao Consumidor
Prof.	Professor
§	Parágrafo
PP-SP	Partido Progressista de São Paulo
STF	Supremo Tribunal Federal
Vol.	Volume

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	15
1CAPITULO 1 - HISTÓRICO SOBRE O DIREITO DO CONSUMIDOR.....	17
1.1 Direito do Consumidor no Mundo.....	17
1.1.1 Direito do Consumidor no Brasil.....	19
1.1.2 A Constituição Federal de 1988.....	20
1.1.3 A Lei 8.078 de 11 de Setembro de 1990.....	22
1.2 Princípios Aplicáveis Inerentes à Legislação Consumerista.....	23
1.2.1 Princípio de Dignidade Humana.....	23
1.2.2 Princípio da Razoabilidade.....	23
1.2.3 Princípio do Reconhecimento da Vulnerabilidade do Consumidor.....	23
1.2.4 Princípio do Intervencionismo do Estado.....	24
1.2.5 Princípio da Harmonização de Interesses.....	25
1.2.6 Princípio da Boa-fé.....	25
1.2.7 Princípio da Transparência.....	26
1.3 Direitos Básicos do Consumidor Segundo a Lei 8.078/90.....	27
1.3.1 Direito à proteção à vida, saúde e segurança contra o fornecimento de produtos ou serviços novos ou perigosos.....	27
1.3.2 Direito à educação para o consumo, visando garantir a liberdade de escolha e igualdade nas condições.....	27
1.3.3 Direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, inclusive quanto aos riscos que eles possam apresentar.....	27

1.3.4 Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e quaisquer outras práticas e métodos coercitivos ou desleais.....	27
1.3.5 Direito à modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou revisão, em razão de fatos supervenientes, que as tornem excessivamente onerosas.....	28
1.3.6 Direito à prevenção e reparação de danos patrimoniais, morais e difusos.....	28
1.3.7 Direito ao acesso aos órgãos jurisdicionais e administrativos para prevenção ou reparação de danos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.....	28
1.3.8 Direito à facilitação de defesa de direitos, com a possibilidade de inversão do ônus, a seu favor, no processo civil respeitado os requisitos legais para a concessão de tal benefício processual.....	28
2CAPITULO 2 - A JUSTIFICATIVA DA TUTELA DO CONSUMIDOR.....	29
2.1 Conceito de Consumidor.....	29
2.1.1 Definições Legais de Consumidor.....	30
2.1.2 Conceito de Fornecedor.....	31
2.1.3 Conceito de Produto.....	31
2.1.4 Produto/bem móvel.....	32
2.1.5 Produto/bem imóvel.....	32
2.1.6 Produto/bem material.....	32
2.1.7 Produto/bem imaterial.....	33
2.1.8 Produto não durável.....	33
2.1.9 Produto durável.....	34
2.2 Conceito de Serviço.....	34
2.2.1 Serviços não duráveis.....	34

2.2.2 Serviços duráveis.....	35
2.3 Produtos e serviços sem remuneração.....	35
2.3.1 O Serviço sem Remuneração.....	35
2.3.2 Os serviços Públicos.....	36
2.4 Vícios de Produtos e Serviços.....	37
2.4.1 Conceitos de Vícios.....	37
2.4.2 Vícios de qualidade.....	37
2.4.3 Vícios de quantidade.....	38
2.4.4 Vícios ocultos.....	39
3CAPÍTULO 3 - O AVANÇO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E ADESATULIZAÇÃO DO CDC.....	40
3.1 Avanços nas Relações de Consumo.....	40
3.2 A Desatualização do Código de Defesa do Consumidor.....	41
4CAPÍTULO 4 - AS ALTERAÇÕES PROPOSTAS PARA O CÓDIGO CONSUMERISTAS.....	42
4.1 Comércios Eletrônicos.....	42
4.1.1 Conceito e Noções Gerais.....	42
4.1.2 Projeto de Lei do Senado nº 281/2012.....	42
4.2 As Ações Coletivas.....	44
4.2.1 Conceito e Noções Gerais.....	44
4.2.2 Projeto de Lei do Senado nº 282/2012.....	44
4.3 O Superendividamento.....	48
4.3.1 Conceito e Noções Gerais.....	48

4.3.2 Projeto de Lei do Senado nº 283/2012.....	49
5 CONCLUSÃO.....	52
REFERÊNCIAS.....	54
ANEXOS.....	56

INTRODUÇÃO

Quando a humanidade passou a viver em comunidade foi necessário manter harmonia na convivência, vindo surgimento de exigências comuns para cada indivíduo, com garantias limitadas pela ética e a moral existente.

Ao longo dos séculos foi necessária para a sobrevivência, veio à criação de permuta por mercadorias, neste momento o homem chegou à compreensão de que sozinho ou em simples comunidade, não conseguiria manter as necessidades básicas e se manter de forma digna.

Com o crescimento desordenado da população nas metrópoles devido a Revolução Industrial no século XVIII, aconteceram mudanças radicais nos meios de produção e nos modelos econômicos e no estilo de vida das pessoas. As relações consideradas individuais e até mesmo pessoais com os fornecedores perderam sentido comercialmente por crescer no momento em escala mundial. Nesses avanços, ocorreu o aumento do uso de equipamentos mecânicos movidos a vapor e posteriormente o uso da eletricidade.

O século XX foi marcado com a origem da sociedade de consumo, com números crescentes na produção, nos serviços, com a criação de créditos e inovações do marketing. Por um lado, o desenvolvimento dessa nova sociedade trouxe os problemas pelas dificuldades existentes na justiça, fazendo surgir a tutela consumerista, visando às necessidades do consumidor que passou a ser vulnerável.

Nessa visão a professora AMARANTE (1998, p.15-16) diz que o consumidor:

“exposto aos fenômenos econômicos, tais como a industrialização, a produção em série e a massificação, assim vitimados pela desigualdade de informações, pela questão dos produtos defeituosos e perigosos, pelos efeitos sobre a vontade e a liberdade, o consumidor acaba lesionado na sua integridade econômica e sua integridade físico-psíquica, daí emergindo como vigoroso ideal a estabilidade e a segurança, o grande anseio de protegê-lo e coloca-lo em equilíbrio nas relações de consumo.”

Com o mesmo pensamento o doutrinador BONATTO (2003, p.72) afirma:

“(...) as regras de proteção e de defesa do consumidor surgiram basicamente, da necessidade de obtenção de igualdade entre aqueles que eram naturalmente desiguais.”

Somente através da Constituição Federal de 1988 no plano político, com direitos e garantias fundamentais, se incluiu a defesa do consumidor. Mas não era o suficiente, era necessária a criação de uma legislação própria para conduzir da melhor maneira possível às lacunas consumeristas.

Em 11 de setembro de 1990 foi promulgada a lei 8.078 intitulada como Código de Defesa do Consumidor Brasileiro, que foi muito elogiada em vários países, buscando concentrar todos os direitos legais em uma só lei criando uma rede protetiva nas relações de consumo em favor da parte mais fraca.

O CDC se tornou a principal arma dos consumeristas causando uma revolução no país, mas apesar de todo o crescimento ainda não atinge toda a sociedade, pela distância de algumas cidades com as metrópoles e as desigualdades sociais que dificultam ao acesso de informações para exigirem os seus direitos. E no momento atual a lei passa por modificações para garantir a segurança aos novos métodos hoje encontrados na relação de consumo.

1 HISTÓRICO SOBRE O DIREITO DO CONSUMIDOR

1.1 DIREITO DO CONSUMIDOR NO MUNDO

Os primeiros registros históricos foram no ano de 1825 a.C., as leis de nome Eshununna, que regravam o convívio entre dinastias semitas na região do Rio Diyala, protegendo as relações de consumo. Essa lei possuía tabela de preço para produtos que eram os mais comercializados e legislava em prestações de serviços como alugueis e os juros.

No Código de Hammurabi¹ em 1728 a.C., criado pelo então rei babilônico Hammurabi, um conjunto de leis que regulava mesmo que indiretamente a proteção ao consumidor. Como se encontra elencados nas Leis 233^o e 235^o do Código de Hammurabi¹:

Lei 233^o - Se um arquiteto constrói para alguém uma casa e não a leva ao fim, se as paredes são viciosas, o arquiteto deverá à sua custa consolidar as paredes.

Lei 235^o - Se um bateleiro constrói para alguém um barco e não o faz solidamente, se no mesmo ano o barco é expedido e sofre avaria, o bateleiro deverá desfazer o barco e refazê-lo solidamente à sua custa; o barco sólido ele deverá dá-lo ao proprietário.

Na Índia em meados do século XIII A.C., o Código de Manu² elencava multa, punição e ressarcimento de danos. Como pode ser citado nas leis nº 697 e nº 698 do sagrado código:

art. 697 - O homem que desvia em seu proveito uma parte da água de um reservatório ou represa a corrente de um regato, deve ser condenado a pagar a multa no primeiro grau.

art. 698 - Aquele que faz suas dejeções na estrada real, sem uma necessidade urgente, deve pagar dois karshapanas e limpar imediatamente o local que ele emporcalhou.

¹ Código de Hammurabi. Disponível em: <http://www.cpihta/PDF/Código_hamurabi.pdf>. Acesso em: 20 de março de 2013.

² Código de Manu. Disponível em: <<http://www.dhnet.org.br/direitos/anthist/manusti3.htm>>. Acesso em: 20 de março de 2013.

O doutrinador Flávio Barbosa Quinaud Pedron (ano 4, nº 41, maio de 2000) mostra os consumidores encontravam-se protegidos na Mesopotâmia e na Civilização Romana:

Os interesses dos consumidores já estavam resguardados na Mesopotâmia, no Egito Antigo e na Índia do Século XVIII a.C., onde o Código de Massú previa pena de multa e punição, além de ressarcimento de danos, aos que adulterassem gêneros ("lei" 967) ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada ou, ainda, vendessem bens de igual natureza por preços diferentes ("lei" 968). No Direito Romano Clássico, o vendedor era responsável pelos vícios da coisa, a não ser que estes fossem por ele ignorados. Porém, no Período Justiniano, a responsabilidade era atribuída ao vendedor, mesmo que desconhecesse do defeito. As ações redibitórias e quanti minoris eram instrumentos, que amparadas à Boa-Fé do consumidor, ressarciam este em casos de vícios ocultos na coisa vendida. Se o vendedor tivesse ciência do vício, deveria, então, devolver o que recebeu em dobro.

O Direito Romano se preocupava com os prejuízos dos consumidores na compra de produtos que possuíam vícios. Com isso, toda a responsabilidade de coisas vendidas com vícios é do fornecedor, mesmo não possuindo o conhecimento era penalizado a ressarcir em dobro o valor cobrado ao consumidor.

Esses fatos mostram que mesmo em tempos remotos existia a necessidade de proteger o consumidor, apesar de não possuir o conhecimento e a dimensão de tais direitos, bem como seus atributos as relações civis.

Ocorre que esse ramo do direito cresceu de maneira significativa após a Revolução Industrial na Inglaterra, através dos pensamentos Iluministas na metade do século XVIII. Onde trabalhadores de produção artesanal foram substituídos por máquinas para uma produção em larga escala.

Nesse período o Estado não intervia nas negociações comerciais, tornando a concorrência livre, prevalecendo à vontade das partes, possuindo autonomia e igualdade. Mas na prática, a autonomia e a igualdade defendida pelos liberais não era respeitada.

O liberalismo foi evoluindo no fim do século XIX, transformando a sociedade e criando o chamado Estado Social. A doutrinadora Maria Antonieta Zanardo Donato³ diz que:

O indivíduo é substituído pelo grupo; as sociedades comerciais, notadamente as sociedades anônimas, promovem a concentração dos meios produtivos; os produtores organizam-se, fazendo acordos posteriormente denominados cartéis a fim de limitar os efeitos da concorrência, vindo a criar situações de oligopólio e monopólio.

Com esta evolução do liberalismo na sociedade e no aumento do consumo, se propagou o crescimento da concorrência, obrigando os produtores a desenvolverem métodos para atrair consumidores, demonstrando os benefícios e a qualidade de seus

³ DONATO, Maria Antonieta Zanardo – Proteção ao Consumidor. Conceito e Extensão. São Paulo: Editora Revista nos Tribunais 1999.

produtos, com isso surgindo o marketing e novos sistemas de créditos, para conseguir vender seu produto, mesmo que o consumidor não possua o valor total da compra.

O comércio fez da venda o seu objetivo voltado diretamente ao consumidor. Na teoria seria o maior beneficiário por todas as mudanças que aconteciam na época. Mas a realidade não era essa. Com o comércio em crescimento o consumidor foi exigindo produtos de melhor qualidade, o que por um lado poderia ser benéfico, por outro mostrava a fragilidade da sociedade consumerista perante os fornecedores e as regras que estes manipulavam ao comércio.

O autor Flávio Barbosa Quinaud Pedron⁴, trás informações sobre as primeiras legislações na Suécia e nos Estados Unidos:

Na Suécia, a primeira legislação protetora do consumidor foi em 1910. Já nos EUA, em 1914, criou-se a Federal Trade Commission, que tinha o objetivo de aplicar a lei antitruste e proteger os interesses do consumidor. Também nos EUA, em 1773, em seu período de colônia, o episódio contra o imposto do chá no porto de Boston (Boston Tea Party) é um registro de uma manifestação de reação dos consumidores contra as exigências exorbitantes do produtor inglês.

Nos Estados Unidos em 1891 surgiu *New York Consumer's League*, um instituto com a função de conscientização aos consumidores sobre seus direitos. Em 15 de março de 1962, o Presidente John Fitzgerald Kennedy encaminha uma carta ao Congresso reconhecendo os direitos do consumidor como um direito de todos, tornando a data 15 de março o Dia Mundial do Consumidor.

1.1.1 DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL

Nos tempos do Império, mesmo que de maneira discreta o Brasil já mostrava traços de proteção ao consumidor. O direito brasileiro era subordinado pelas Ordenações do Reino de Portugal em todo período colonial. Nesta visão Giordano Bruno Soares Roberto (2003, p.5) expõe:

“Não é possível compreender o momento atual do Direito Privado brasileiro sem olhar para sua história. Para tanto, não será suficiente começar com o desembarque das caravelas portuguesas em 1500. A história é mais antiga. O Direito brasileiro é filho do Direito Português que, a seu turno, participa de um contexto mais amplo”.

As Ordenações Filipinas tinham penas desproporcionais beneficiando os consumidores, como pena de morte aos infratores. No ano de 1625 existia uma tabela de

⁴ PEDRON, Flávio Barbosa Quinaud; CAFFARATE, Viviane Machado. Evolução histórica do Direito do Consumidor. Jus Navigandi, Teresina, ano 4, n. 41, maio 2000. Disponível em: <<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=687>>. Acesso em: 26 abr. 2013.

preços fixada pelo Estado, para que tais produtos não tivessem preços abusivos, estando o infrator a sofrer um pagamento de multa. Era influenciado pelo Direito Romano, Canônico e Germânico, que juntos constituía fundamentos para o Direito Português que eram primordiais para interferir na legislação brasileira em favor dos patriarcalistas e portugueses.

Na Proclamação da Independência do Brasil, uma lei foi editada no ano de 1823 criando a manutenção das Ordenações Filipinas e outras normas emanadas pelos imperadores portugueses.

Com a Proclamação da República do Brasil foi elaborado e promulgado o Código Penal Brasileiro em 1890, que já previa como crimes algumas formas de estelionato como alterações em materiais de construção tipo medidas diferentes e até mesmo pedras falsas.

A Lei 3.071/16⁵ conhecida como Código Civil Brasileiro se relaciona com o Direito do Consumidor que previa a recusa de produtos com vício ou defeito oculto que alterasse a sua função, responsabilizando o vendedor na perda do produto por evicção.

Ocorre que a relação de consumo era desequilibrada por fatores não muito raros, pois era o fornecedor que elaborava as cláusulas na relação de serviços do contrato com o consumidor. Como não se possuía na época uma legislação própria o consumidor se sentia obrigado a aceitar as condições estabelecidas, que quase sempre beneficiava o enriquecimento ilícito dos fornecedores de má-fé.

1.1.2 A CONSTITUIÇÃO FEDERAL DE 1988

Os direitos do Consumidor estão resguardados com status de Direito Fundamental⁶ na Constituição da República Federativa do Brasil no seu Art. 5º. O Código do Consumidor protege o consumidor e organiza a política nacional de relação de consumo. No período que foi elaborada e sancionada a referida lei foi considerada revolucionária e inovadora. Foi à maneira adquirida para harmonizar as relações de consumo. Segundo a doutrina⁷:

⁵ Código Civil de 1916 – Lei 3071, de 1º de janeiro de 1916. Disponível em: <<http://jusbrasil.com.br/legislação/103251/codigo-civil-de-1916-lei-3071-16>>. Acesso em: 30 de março de 2013.

⁶ Direitos Fundamentais são aqueles direitos atribuídos a todos os cidadãos em comum, de todas as sociedades espalhadas pelo globo terrestre, que têm como finalidade assinalar as condições mínimas com as quais cada ser humano deve dispor de modo a conduzir sua vida de modo pleno e sadio. Disponível em: <<http://www.infoescola.com/direito/direitos-fundamentais/>>. Acesso em 30 de março de 2013.

⁷ Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto/ADA Pellegrini Grinover...[et al] – 7ª ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001. P.17.

Assim, embora se fale das necessidades dos consumidores e do respeito à sua dignidade, saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos, melhoria da sua qualidade de vida, já que sem dúvida são eles a parte vulnerável no mercado de consumo, justificando-se destarte um tratamento desigual para artes manifestamente desiguais, por outro lado se cuida de compatibilizar a mencionada tutela com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, viabilizando-se os princípios da ordem econômica de que trata o art. 170 da Constituição Federal, e educação – informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e obrigações.

Tendo como princípio o interesse público, a defesa do consumidor tem a finalidade do bem-estar coletivo, como se encontra presente na Constituição Federal, fornece ao Estado poderes para que zeze e atua aplicando a lei, junto aos seus órgãos competentes nas suas atribuições cabíveis.

Como o fornecedor tem maior capital e conhecimento técnico, fica evidentemente difícil igualar direitos e deveres em uma relação de consumo. O CDC tenta manter o equilíbrio nestas relações, oferecendo assim mecanismos de proteção ao consumidor brasileiro.

O Código de Proteção e Defesa do Consumidor foi criado de maneira a seguir as normas constitucionais se faz imperativa, obrigatória, autoaplicável e respeitada não podendo ser revogada por lei ordinária, apenas por reforma constitucional.

De maneira a igualar de maneira justa a relação de consumo, protege os consumidores, como se encontra elencados nos Artigos 220, parágrafo 3º, e 221 da Constituição Federal de 1988⁸:

“Art.220 A manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação, sob qualquer forma, processo ou veículo não sofrerão qualquer restrição, observando o disposto nesta Constituição (...)

§3º - Compete à lei Federal:

I – regular as diversões e espetáculos públicos, cabendo ao Poder Público informar sobre a natureza deles, as faixas etárias a que não se recomendem, locais e horários em que sua apresentação se mostre inadequada;

Art. 221 A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I – preferência a finalidade educativas, artísticas, culturais e informativas;

⁸ Constituição Federal de 1988, Vade Mecum Saraiva 2010 - 9ª Ed, São Paulo: Saraiva, 2010.

II- promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III- regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV- respeito aos valores éticos e sociais da pessoa e da família.”

A Carta Magna demonstra que o interesse público está acima do interesse privado, existem alguns entendimentos doutrinários como o do STF⁹ que diz:

“Em face da atual Constituição, para conciliar o fundamento da livre iniciativa e do princípio da livre concorrência com os da defesa do consumidor e redução das desigualdades sociais, em conformidade com os ditames da justiça social, pode o Estado, por via legislativa, regular a política de preços de bens e de serviços, abusivo que é o poder econômico que visa o aumento arbitrário dos lucros.”

1.1.3 A LEI 8.078 DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Sancionada em 11 de setembro de 1990 a lei 8.078 intitulada como o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, influenciando até mesmo outros países da América Latina a também desenvolverem ou reformarem suas normas em prol de preservar os consumidores.

O CDC é um subsistema autônomo dentro da Constituição Federal, demonstrando possuir vida própria, sendo que os princípios constitucionais são essenciais ao seu entendimento.

A criação do documento com o conjunto de normas que demonstra o direito do consumidor e as obrigações dos fornecedores de produtos e serviços foi à necessidade de possuir um controle rígido de segurança dos serviços prestados na qualidade dos produtos, com a participação de vários órgãos públicos e privados que formam o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), tendo como objetivo orientar e atender para solucionar conflitos entre as partes envolvidas com garantias do cumprimento dos direitos na relação de consumo.

⁹ Ementa do acórdão do STF de 30 de março de 1993.

1.2 PRINCÍPIOS APLICÁVEIS INERENTES À LEGISLAÇÃO CONSUMERISTA

1.2.1 Princípio da Dignidade Humana

No ponto de vista jurídico é fundamental a qualidade do ser humano em se relacionar, com os direitos positivados se tornam direitos fundamentais.

Este princípio é base dos direitos fundamentais, que assegura proteção do Estado. Como destaca Rizzato Nunes (2009, p. 24):

“É ela, a dignidade, o último arcabouço dos direitos individuais e o primeiro fundamento de todo o sistema constitucional.”

Fica evidente no Código de Defesa do Consumidor no caput do artigo 4º onde afirma: “respeitando a dignidade humana”.

Dessa maneira o direito público e o privado são influenciados pelos direitos fundamentais da Constituição na relação contratual de consumo, sempre como foco o princípio da dignidade humana.

1.2.2 Princípio da Razoabilidade

Manifesta-se através de uma norma existente, como maneira de restrição aos excessos cometidos, satisfazendo toda a sociedade e não apenas um indivíduo isolado.

Tem como parâmetro legal solucionar da forma mais razoável os problemas jurídicos concretos, levando em conta as necessidades sociais, econômicas, culturais e políticos.

É o princípio do senso comum entre as partes aplicadas no Direito. A sua interpretação deve ser menos rígida ao consumidor por ser tratar da parte mais fraca no consumo.

1.2.3 Princípio do Reconhecimento da Vulnerabilidade do Consumidor

O sistema jurídico reconhece o agente que pode ser o mais prejudicado na relação de consumo. Como o consumidor é a parte mais fraca, merece um tratamento diferenciado de maneira a garantir proteção aos seus direitos. Surge de maneira clara esse favorecimento ao consumidor no art. 4º, inciso I e 47 do Código de Defesa do Consumidor:

“Art. 4º I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.”

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

A vulnerabilidade acontece na maioria das vezes por falta de informação do consumidor por não adquirir conhecimentos técnicos do produto ou serviço, como prática abusiva dos fornecedores, cláusula prejudiciais ao consumidor nos contratos de consumo ficando com o único amparo a confiança da outra parte envolvida, dentre outros fatores.

Para Carolina Dias Tavares Guerreiro Cruz¹⁰, é fundamental reconhecer o consumidor como a parte mais fraca em uma relação de consumo dizendo que:

“A vulnerabilidade pode ser entendida, genericamente, como uma situação de desigualdade determinada por uma certa dependência, capaz de reduzir ou anular não apenas o entendimento do que se pretende contratar, como também reduzir ou anular a liberdade entre contratar ou não contratar. Segundo um monografista especializado, vulnerabilidade vem a ser o princípio pelo qual se reconhece (no direito positivo) a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos, na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do sujeito mais potente da mesma relação.”

O consumidor é considerado hipossuficiente que significa fraqueza, tal princípio deve ser instrumento de uso dos consumidores na defesa em juízo, como forma de equilibrar a relação de consumo entre consumidores e fornecedores. Um exemplo de vulnerabilidade clássica em recursos financeiros é a relação de consumidor pessoa física com o banco, onde financeiramente o consumidor é a parte vulnerável comparada ao um banco financeiro.

1.2.4 Princípio do Intervencionismo do Estado

Através de normas e medidas o Estado garante ao consumidor o equilíbrio na relação de consumo, não prejudicando o consumidor de modo desleal, com abusos ou delitos. No Art. 4º inciso II da lei 8.078/90 existe:

“Art. 4º II- ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:”

¹⁰ Princípios norteadores da Política Nacional das Relações de Consumo. Disponível em: <http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo-id=8435>. Acesso em: 1 de abril de 2013.

O Estado tem a função de ser um mediador, tentando solucionar conflitos e tentar igualar os interesses na relação de consumo. Apesar de que não pode ser considerada como a única missão do Estado na defesa do consumidor. Deve exigir dos fornecedores melhorias no sistema de relação de consumo e na qualidade dos produtos e serviços prestados.

1.2.5 Princípio da Harmonização de Interesses

No Art. 4º, inciso III da lei 8078/90 elenca:

“Art. 4º III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores.”

Esse princípio atende as necessidades no desenvolvimento econômico dos fornecedores que tem direito ao lucro, sem ser exagerado e o consumidor tem o direito de suprir suas necessidades e acesso ao mercado sem qualquer tipo de interferência ao consumo.

Uma alternativa encontrada do fornecedor em possuir um contato direto com o consumidor é o Serviço de Atendimento ao Cliente (SAC), que ao longo do tempo se tornou um grande auxiliador na relação de consumo, obtendo grandes resultados e muitos elogios da sociedade. Mostrando o respeito do fornecedor com o consumidor, com essa harmonia gerando grandes receitas e aumento no consumo.

1.2.6 Princípio da Boa-fé

É o princípio básico no Direito do Consumidor servindo como condutas entre as partes em sua relação de consumo de maneira leal, com seriedade, sinceridade, veracidade e transparência, sem práticas ilícitas, como lucro fácil acarretando prejuízo ao outro.

No Art. 51 do CDC estão elencadas cláusulas abusivas de maneira a preservar a boa-fé dizendo:

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

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

- II - subtraíam ao consumidor a opção de reembolso da quantia já paga, nos casos previstos neste código;
- III - transfiram responsabilidades a terceiros;
- IV - estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;
- VI - estabeleçam inversão do ônus da prova em prejuízo do consumidor;
- VII - determinem a utilização compulsória de arbitragem;
- VIII - imponham representante para concluir ou realizar outro negócio jurídico pelo consumidor;
- IX - deixem ao fornecedor a opção de concluir ou não o contrato, embora obrigando o consumidor;
- X - permitam ao fornecedor, direta ou indiretamente, variação do preço de maneira unilateral;
- XI - autorizem o fornecedor a cancelar o contrato unilateralmente, sem que igual direito seja conferido ao consumidor;
- XII - obriguem o consumidor a ressarcir os custos de cobrança de sua obrigação, sem que igual direito lhe seja conferido contra o fornecedor;
- XIII - autorizem o fornecedor a modificar unilateralmente o conteúdo ou a qualidade do contrato, após sua celebração;
- XV - estejam em desacordo com o sistema de proteção ao consumidor;"

Na relação de consumo, a doutrinadora Cláudia Lima Marques (1999, p.145) define boa-fé como:

"uma atuação "refletida", uma refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando, seus interesses legítimos, seus direitos, respeitando os fins do contrato, agindo com lealdade, sem abuso da posição contratual, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, com cuidado com a pessoa e o patrimônio do parceiro contratual, cooperando para atingir o bom fim das obrigações, isto é, o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses legítimos de ambos os parceiros."

Com essa geração de deveres e obrigações, se limita a práticas abusivas e impõe as partes expressarem suas necessidades de forma contratual. Devendo sempre prevalecer o justo na relação de consumo.

1.2.7 Princípio da Transparência

No Art. 4º, inciso IV informa que:

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

É a maneira que o legislador trouxe para o consumidor se educar através de informações sem precisar de conhecimento técnico específico. Estas informações são trazidas pelo fornecedor, de maneira que ambos saibam de suas obrigações e direitos.

Nesse princípio deve ser conduzido desde a publicidade, nas vitrines comerciais, propagandas nas rádios, televisão e nas condições para acontecer à relação de consumo. A transparência acontece no momento do pré-contrato, no momento da concretização em adquirir o produto ou serviço prestado, até mesmo depois do contrato.

1.3 Direitos Básicos do Consumidor Segundo a Lei 8.078/90

1.3.1 Direito à proteção da vida, saúde e segurança contra o fornecimento de produtos ou serviços nocivos ou perigosos.

O princípio é mostrado no art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. Esse direito atende proteção à vida e segurança ao fornecimento de produtos e serviços prestados. Considerado de alta relevância com o objetivo principal é a proteção do consumidor.

O consumidor deve ter as informações necessárias do perigo e da nocividade dos produtos e serviços prestados. Como exemplo alguns medicamentos que mesmo oferecendo riscos ao consumidor, contém na bula todas as informações alertando para os perigos eminentes.

1.3.2 Direito à educação para o consumo, visando garantir a liberdade de escolha e igualdade nas condições.

Junto ao princípio da transparência, esse direito garante a possibilidade de orientar o consumidor, educando-o a uma consciência da legislação, fazendo exigir igualdade e liberdade nas condições na relação de consumo. Como exemplo é o consumidor exigir de um estabelecimento comercial o Código de Defesa do Consumidor para analisar no momento da compra se realmente os seus direitos estão sendo realizados corretamente.

1.3.3 Direito à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, inclusive quanto aos riscos que eles possam apresentar.

Estas informações são dadas para usar corretamente produtos e se é realmente necessário alguma prestação de serviço. Não se trata de uma maneira a dificultar a venda, mas sim, de uma segurança ao destinatário final. Como os produtos inflamáveis que precisam mostrar de maneira clara como usar os produtos e os riscos que podem causar sem as medidas precauções.

1.3.4 Direito à proteção contra a publicidade enganosa e abusiva e quaisquer outras práticas e métodos coercitivos ou desleais.

Trata do direito de assegurar a não existir práticas que acarretem prejuízo ao consumidor por adquirir produto ou serviço que não implica com o que foi anunciado ou prometido.

1.3.5 Direito à modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou revisão, em razão de fatos supervenientes, que as tornem excessivamente onerosas.

Não pode haver cláusulas beneficiando o consumidor ou o fornecedor de produto ou serviço, para existir um equilíbrio coerente entre as partes a fim de “igualar forças” para que aconteça uma justa relação de consumo entre as partes.

1.3.6 Direito à prevenção e reparação de danos patrimoniais, morais e difusos.

Nesse direito se responsabiliza na esfera cível o fornecedor de produto ou serviço prestado. O consumidor tem o poder de acionar na justiça o fornecedor pelos danos por ele causados.

1.3.7 Direito ao acesso aos órgãos jurisdicionais e administrativos para prevenção ou reparação de danos, assegurada a proteção jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.

Esse direito garante proteção estatal ao consumidor, tanto jurisdicional como administrativamente com a lide existente na relação de consumo. Jurisdicionalmente se trata de uma garantia constitucional no Art. 5º, inciso XXXIV, na alínea “a”, da Constituição Federal de 1988:

“Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos Poderes Públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder.”

1.3.8 Direito à facilitação de defesa de direitos, com a possibilidade de inversão do ônus, a seu favor, no processo civil respeitado os requisitos legais para a concessão de tal benefício processual.

Com base no princípio da vulnerabilidade do consumidor, garante a inversão do ônus da prova, para extinguir a fraqueza em fase judicial, colocando o fornecedor de produto ou serviço provar os fatos para sua defesa.

2 A JUSTIFICATIVA DA TUTELA DO CONSUMIDOR

2.1 Conceitos de Consumidor

Existem muitas divergências entre os doutrinadores para se definir o consumidor no sentido jurídico. Pelo fato de que observa as condições econômicas do consumidor, que nem sempre é acolhida pelo direito e politicamente pode interferir nas definições jurídicas.

No ponto de vista econômico Filomeno (1987, p.12) diz que:

“É todo indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não, a seu turno, também produtor de outros bens.”

Como observado não se analisa apenas o adquirente do produto como destinatário final, mas também as condições do intermediário que faz o repasse a outros fornecedores.

O Prof. Waldirio Bulgarelli¹¹ conceitua juridicamente o consumidor como:

“Aquele que se encontra numa situação de usar ou consumir, estabelecendo-se por isso, uma relação atual ou potencial, fática sem dúvida, porém a que se deve dar uma valorização jurídica, afim de protegê-lo, quer evitando quer reparando os danos sofridos.”

Othon Sidou (1977, p.2) define consumidor como:

“Qualquer pessoa, natural ou jurídica, que contrata, para sua utilização, a aquisição de mercadoria ou prestação de serviço, independentemente de modo de manifestação de vontade; isto é, sem forma especial, salvo quando a lei expressamente a exigir.”

¹¹ BULGARELLI Waldirio, Questões Contratuais e Defesa do Consumidor. São Paulo: Editora Atlas, 1993. Disponível em: <http://www.deciso.es.com.br/v29/imprimir_conteudo.php?user=&id-conteudo=430>. Acesso em: 15 de abril de 2013.

O Prof. Fábio Konder Comparato¹² mostra o consumidor como:

“Que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes.”

Antônio Herman V. e Benjamin (Revista cit, p.78) de maneira detalhada discorre o tema de consumidor jurídico e analisa dizendo que:

“Todo aquele que, para seu uso pessoal, de família, ou dos que se subordinam por vinculação doméstica ou protetiva a ele, adquire ou utiliza produtos, serviços ou quaisquer outros bens ou informação colocados à sua disposição por comerciantes ou por qualquer outra pessoa natural ou jurídica, no curso d sua atividade ou conhecimentos profissionais.”

Estes conceitos são insuficientes por se mostrarem com restrições e incompletos, com exceção do conceito elencado por Antônio Herman V. e Benjamin de orientações e com formas mais atualizadas.

No Código de Defesa do Consumidor (Lei n. 8.078, de 11-9-1990) já possui uma conceituação legal, como mostra o Art. 2º e paragrafo único dizendo que:

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

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

2.1.1 Definições Legais de Consumidor

- a) *Pessoa jurídica* toda e qualquer pessoa física ou jurídica pode ser consumidor não importando renda ou capacidade financeira. Junto com a coletividade e grupos de pessoas, como por exemplo podemos citar a família como grupo determináveis e usuários de serviços bancários como indetermináveis.
- b) Que *adquire* através da compra diretamente ou utiliza em proveito próprio ou de outrem produtos como até mesmo serviços.
- c) *Como destinatário final* é aquele com o produto ou serviço adquirido. Significa para ser considerada relação de consumo, não basta apenas que o produto ou o serviço aconteça destinando a atividade econômica e produtiva, mas precisa ter uma destinação, através de sua

¹² Comparato Fábio Konder, A Proteção do Consumidor: importante capítulo do direito econômico, in defesa do consumidor: Textos Básicos, 2ª ed, Brasília, MJ/ CNDC, 1988.

retirada do mercado de consumo. Mas não se considera destinatário final aquele que adquire produto ou serviço através da revenda.

2.1.2 Conceito de Fornecedor

O Art. 3º do Código de Defesa do Consumidor trás a conceituação de fornecedor como:

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

Através desse artigo se percebe que o fornecedor as espécies são o fabricante, produtor, construtor, exportador, importador, distribuidor e o comerciante, independentemente de ser pessoa física ou jurídica.

A pessoa física nos ensina Gianpaolo Poggio Smanio (2001, p.62) como:

“Qualquer um que a título singular, mediante desempenho de atividade mercantil ou civil, de forma habitual, ofereça no mercado produtos ou serviços.”

Diferentemente da pessoa física a responsabilidade da pessoa jurídica será objetiva, tendo que provar o fato, o dano, o nexo causal e se fez agir com dolo ou culpa.

O fornecedor se classifica em:

- a) Real: é o responsável na fabricação e produção, ou seja, o produtor, o fabricante e o construtor.
- b) Aparente: não está ligado na participação processual de produção, se trata do comerciante que insere seu nome na marca do produto.
- c) Presumido: é aquele que vende o produto sem identificação definida, caso do importador e do comerciante.

2.1.3 Conceito de Produto

No Art. 3º § 1º do CDC conceitua produto como:

“Art. 3º § 1º O produto é qualquer bem móvel ou imóvel, material e imaterial.”

O doutrinador Gianpaolo Poggio Smanio (2001, p.63) diz que:

“É qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, objeto da relação de consumo. Bens econômicos suscetíveis de apropriação, que podem ser duráveis, não duráveis, de conveniência, de uso especial etc. O produto destina-se a satisfazer a necessidade do consumidor, adquirido mediante remuneração excluem-se da alçada do código os produtos adquiridos de forma gratuita.”

2.1.4 Produto/bem móvel

Como não consta especificamente na lei 8.078/90, se recorre ao conceito aplicado no CC, especificamente no Art. 82.

“Art. 82 São móveis os bens suscetíveis de movimento próprio, ou de remoção por força alheia, sem alteração da substância ou da destinação econômico-social.”

Um exemplo comum de bens móveis é o da energia elétrica que tem direitos reais sobre bens moveis e valor econômico.

2.1.5 Produto/bem imóvel

O CDC não demonstra clara com o termo, o conceito é encontrado no Código Civil em seu Artigo 79 conceituando como:

“Art. 79 - São bens imóveis o solo e tudo quanto se lhe incorporar natural e artificialmente.”

Bem imóvel pode-se citar a residência de uma pessoa, se na casa tem uma piscina, também faz parte do bem imóvel.

2.1.6 Produto/bem material

Não está conceituado, por se tratar de uma variedade bens se tornando bastante genérica. Então é tudo aquilo que tem materialidade, como exemplo um saco de cimento, que é uma parte da construção de um imóvel.

2.1.7 Produto/bem imaterial

O bem imaterial não possui forma física, não possui materialidade como bem material. Rizzato Nunes (2009, p.91) elenca sobre o tema:

“Diga-se em primeiro lugar que a preocupação da lei é garantir que a relação jurídica de consumo esteja assegurada para toda e qualquer compra e venda realizada. Por isso fixou conceitos os mais genéricos possíveis (produto é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial). Isso é que é importante. A pretensão é que nada se lhe escape. Assim, a designação ‘produto’ é utilizada, por exemplo, nas atividades bancárias mútuo, aplicação em renda fixa, caução de títulos etc. Tais ‘produtos’ encaixam-se, então, na definição de imateriais.”

Como produtos acontece por meio de um serviço, os imateriais são aqueles produtos que não estão encontrados palpavelmente, como uma transferência bancária, que se tratando de uma atividade bancária só acontece por meio de um serviço, ou seja, é o consumo de um produto imaterial.

2.1.8 Produto não durável

No Código Civil já possuía um termo semelhante bens consumíveis¹³. O produto “não durável” como o próprio nome diz é aquele que acaba com o uso não tem durabilidade. No Art. 26 inciso I do Código de Defesa do Consumidor, classifica a durabilidade do produto como:

“Art. 26 I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;”

São bens que importam na destruição, ou com o tempo de uso se acabam. Podemos citar como exemplo os alimentos, os remédios, produtos *in natura*¹⁴, cosméticos etc. Não podendo relacionar o desgaste aos anos de uso de um determinado produto, como um carro, que mesmo com o desgaste não se trata de um produto não durável.

¹³ Bens consumíveis é os bens móveis cujo o uso importa em destruição imediata da própria substância, sendo considerados também os destinados a alienação. Disponível em: <<http://www.caduchagas.blogspot.com.br/2012/07/direito-civil-bens-consumiveis-e-bens.html>>. Acesso em: 03 de abril de 2013.

¹⁴ Significado de *in natura*: loc. Adv. (do lat.) Que está em estado natural, sem processamento industrial. Disponível em: <<http://www.dicio.com.br/in-natura/>>. Acesso em: 09 de abril de 2013.

2.1.9 Produto durável

É aquele que mesmo com o passar do tempo dura com o uso, mesmo sendo utilizadas várias vezes. Mas vale salientar que nenhum produto resiste para sempre, os produtos duráveis se desgastam com o decorrer do uso e com o tempo.

Na lei não existe definições sobre se os produtos descartáveis são duráveis, fazendo se confundir classificando-os como não duráveis. Ao analisar os produtos descartáveis sua natureza é durável, mas com um tempo menor de durabilidade. Não implicando com sua destruição imediata ou com pouco uso, como se nota em produtos não duráveis.

2.2 Conceito de Serviço

É qualquer atividade de serviço no mercado de consumo. Divide-se em: os duráveis e os não duráveis. Rizzato Nunes (2009, p.95) demonstra que:

“Serviço é, tipicamente, atividade. Esta é ação, ação humana, tendo em vista uma finalidade. Ora, toda ação se esgota tão logo praticada. A ação se exerce em si mesma. Daí somente poderia existir serviço não durável. Será uma espécie de contradição falar em serviço que dura. Todavia, o mercado acabou criando os chamados serviços tidos como duráveis, tais como os contínuos (por exemplo, os serviços de convênio de saúde, os serviços educacionais regulares em geral etc).”

Como é possível fazer a divisão de serviços duráveis e não duráveis, os efeitos legais, como acontece com os produtos é referente a garantias e aos prazos de cada modelo de serviço.

2.2.1 Serviços não duráveis

São aqueles serviços que acontecem em uma única prestação após a conclusão do serviço.

O Magistério Rizzato Nunes (2009, p.100) diz que:

“serviços não duráveis serão aqueles que, de fato, exercem-se uma vez prestados, tais como, por exemplo, os serviços de transporte, de diversões públicas, de hospedagem etc.”

Uma exceção é no exemplo do caso de serviços em uma oficina de automóveis. Por si é um serviço não durável, mas se trata de uma característica mista, não qual se mistura entre o durável e o não durável.

2.2.2 Serviços duráveis

São serviços que possuem uma continuidade como, por exemplo, as instituições educacionais que prestam serviços educacionais. A diferença para o serviço não durável é justamente a continuidade do serviço contratado.

Para Rizzato Nunes (2009, p.100) serviços duráveis serão aqueles que:

- a) Tiverem continuidade no tempo em decorrência de uma estipulação contratual. São exemplos a prestação dos serviços escolares, os chamados planos de saúde etc., bem como todo e qualquer serviço que no contrato seja estabelecido como contínuo;
- b) Embora típicos de não-durabilidade e sem estabelecimento contratual de continuidade, deixarem como resultado um produto. Por exemplo, a pintura de uma casa, a instalação de um carpete, o serviço de buffet, a colocação de um box, os serviços de assistência técnica e de consertos (o conserto de um veículo) etc. Nesses casos, embora se possa destacar o serviço do produto deixado (o que gerará diferenciais no aspecto de responsabilidade, como se verá), o produto faz parte do serviço – às vezes até com ele se confundindo, como acontece, por exemplo, com a pintura de uma parede.”

Como demonstrando pelo doutrinador, são vastos os exemplos de serviços duráveis que podem muitas vezes confundir os consumidores, nas diferentes prestações de serviços por não distinguir se adquiriu um serviço durável ou não durável.

2.3 Produtos e serviços sem remuneração

2.3.1 O serviço sem remuneração

Para entender remuneração dos serviços Rizzato Nunes (2009, p.101) relata que:

“Antes de mais nada, consigne-se que praticamente nada é gratuito no mercado me de consumo. Tudo tem, na pior das hipóteses, um custo, e este acaba, direta ou indiretamente, sendo repassado ao consumidor. Assim, se, por exemplo, um restaurante não cobra pelo cafezinho, por certo seu custo já está embutido no preço cobrado pelos demais produtos.”

Quando a lei se expressa em remuneração não se refere necessariamente o valor a ser cobrado, o serviço prestado deve ser isento da cobrança ou repasse, direto ou indireto.

Nos serviços prestados como estacionamento de shopping, um cafezinho grátis, ou outros serviços ditos como “brindes”, na verdade os custos estão embutidos não gozando de gratuidade.

2.3.2 Os Serviços Públicos

Os serviços podem ser privados ou públicos, como demonstra o Art. 22 do CDC no seu caput:

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

O presente artigo da lei consumerista demonstra que os prestadores de serviços devem ficar submetidos às vertentes do CDC. Mesmo com a norma os prestadores de serviços acionam a justiça com argumentos de que não podem ser submetidos à ordem da Lei n.8.078/90.

Em maio de 1999 o Superior Tribunal de Justiça negou o Recurso Especial n. 20.112/SC, impetrado pela CASAN – Companhia Catarinense de Água. Como o fornecimento de água é de serviço público fundamental, não é permitida a suspensão do serviço por atraso de pagamento das tarifas. No entendimento do Superior Tribunal de Justiça o corte no fornecimento de abastecimento de água, expõe o usuário ao constrangimento.

Esse é um exemplo de que é obrigatório o fornecimento do serviço por se tratar de uma necessidade fundamental ao consumidor, a maneira do fornecedor reaver os seus créditos seria com uma Ação de Cobrança.

2.4 Vícios de Produtos e Serviços

2.4.1 Conceito de Vícios

O vício é quando se torna um determinado produto ou serviço na sua qualidade ou quantidade, impróprio ou mesmo inadequados ao consumo destinados, causando na maioria das vezes prejuízos.

No caso de produtos com vício acontece no mau funcionamento, como por exemplo, uma televisão sem som ou um carro que falha no funcionamento toda hora. Em serviços prestados com vícios condiz com o funcionamento, como exemplo internet de banda larga¹⁵ onde sua funcionalidade não corresponde ao que existe no contrato.

A diferença entre vícios e defeitos é que este último é considerado um vício com um problema extra, não apenas na perda material, mas junto com danos morais, estético ou na imagem que atinge diretamente o consumidor.

2.4.2 Vícios de qualidade

Esse vício está relacionado à qualidade do produto e ao seu consumo. Sejam vícios de qualidade é quando produto/serviço se torna impróprio para o uso ao qual se destina, podendo ser aplicado até mesmo a diminuição do valor. Existem situações elencadas no Art. 20 e seus incisos e parágrafos § § 1º e 2º do CDC onde dizem:

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

- I - a reexecução dos serviços, sem custo adicional e quando cabível;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço.

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

¹⁵ Banda larga se refere em um meio de transmissão de dados. Disponível em: < <http://www.velocidade-internet.net/banda-larga>>. Acesso em: 07 de abril de 2013.

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

É uma maneira do CDC de exigir aos fornecedores uma qualidade adequada nos produtos e serviços aos quais os consumidores se vinculam em uma relação de consumo,

2.4.3 Vícios de quantidade

É quando não se encontra o peso, medida ou porção ao qual o consumidor tomou conhecimento. Como exemplo podemos citar produtos que afirmam no rótulo com valores de peso maiores, do que realmente é encontrado no produto. Ou seja, sempre que houver uma quantidade menor do que foi publicada se trata de vício de quantidade.

O Art. 19, incisos e § 2º do Código de Defesa do Consumidor garante que:

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

I - o abatimento proporcional do preço;

II - complementação do peso ou medida;

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

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

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

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

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

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

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

§ 2º Obstat a decadência:

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

III - a instauração de inquérito civil, até seu encerramento.”

Como se observa no rol do artigo o CDC não limitou a colocar regras em um determinado contrato, mencionando a existência de garantias que o consumidor parte vulnerável reclame e seja ressarcido de acordo com os prazos temporais.

2.4.4 Vícios ocultos

São aqueles vícios que não estão aparentes e podem levar certo tempo para a constatação do consumidor. Os vícios por aqueles produtos consideráveis duráveis são os responsáveis pelo grande número de reclamações nos órgãos de defesa do consumidor. Neste vício o prazo decadencial se registra no exato momento que fica evidenciado o defeito. Como exemplo pode citar um computador que vai diminuindo sua versatilidade por conta de problemas na placa mãe¹⁶.

¹⁶ Placa-mãe é o componente mais importante do micro, pois é ela a responsável pela comunicação entre todos os componentes. Disponível em: <<http://www.hardware.com.br/termos/placa-mae>>. Acesso em: 10 de abril de 2013.

3 O AVANÇO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E A DESATUALIZAÇÃO DO CDC

3.1 Avanços nas Relações de Consumo

Há vinte e três anos atrás foi promulgado o Código de Defesa do Consumidor, representando um dos maiores avanços no ordenamento jurídico brasileiro, colocando à disposição do movimento consumerista princípios modernos e inovadores em defesa da sociedade, instituindo, ainda instrumentos ágeis e efetivos de proteção e defesa do consumidor.

O CDC é um agente fiscalizador de melhorias na qualidade de produto e serviço ofertados, como no avanço significativo no número de informações contidas em rótulos de produtos, na restrição de publicidade abusiva e nos contratos comerciais e obrigando aos fornecedores de produtos e serviços a garantir segurança ao consumidor. Um exemplo muito comum é a realização do *recall* de produto que apresenta defeito.

Com o tempo essa nova legislação foi modificando a cultura do brasileiro ao sentir em desvantagem ou sendo enganado, garantindo o seu direito de justiça social, acionando um advogado, órgãos competentes e até mesmo mostrar sua indignação usando os meios de comunicação.

Um exemplo no uso dos meios de comunicação aconteceu em 2011 por um consumidor ao postar um vídeo na Internet onde fazia uma reclamação de consumo contra a Brastemp, alegando que por mais de noventa dias sua geladeira não foi consertada pela empresa. A repercussão tomou conta das principais redes sociais em poucos dias, forçando a fabricante a se desculpar publicamente, pelo mau atendimento, pelo defeito e a troca imediata do eletrodoméstico. Esse tipo de publicidade negativa acarreta em prejuízos como diz o Rodrigo Terra¹⁷ ex-presidente da Associação Nacional do Ministério Público do Consumidor:

"Acho que a maior punição é a mídia negativa e a falta de expansão de lucratividade que vai gerar".

Vale se perceber o leque existente na defesa do consumidor como os PROCONs, delegacias e juizados específicos, com a função de defender o consumidor possuindo métodos de punição e coerção a empresas.

¹⁷ Em 20 anos, Código de Defesa do Consumidor torna relações de consumo mais equilibradas. Disponível em: <<http://www.agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2010-09-11/em-20-anos-codigo-de-defesa-do-consumidor-torna-relacoes-de-consumo-mais-equilibradas>>. Acesso em 10 de abril de 2013.

3.2 A Desatualização do Código de Defesa do Consumidor

Mesmo com todo esse tempo a sociedade se depara com certas dificuldades no seu uso. Uma gama enorme de instituições comerciais ainda não seguem as regras do Código de Defesa do Consumidor, e ainda vários cidadãos brasileiros não possuem as informações necessárias dos seus direitos consumeristas causando um atraso social.

Para o Deputado Celso Russomano¹⁸ do PP-SP que é Integrante da Comissão de Defesa do Consumidor, orienta o consumidor como:

"Mesmo que as pessoas não conheçam o Código de Defesa do Consumidor, elas devem reclamar, pois isso pode evitar problemas para outros consumidores que vão buscar o mesmo produto. Além disso, é preciso pedir para ver o CDC nos estabelecimentos, mesmo que não entenda quais direitos estão assegurados ali. Essa atitude já ajuda a criar uma relação de consumo mais justa."

Houve um crescimento de 30 milhões¹⁹ de brasileiros no mercado de consumo. Existe no país uma nova classe média, que fica na linha da pobreza e que possui livre acesso a compras no cartão de crédito, mesmo sem ter o total conhecimento de seus direitos.

Atualmente o código do consumidor não acompanhou alguns avanços tecnológicos como a Internet e o grande aumento no consumo *online*²⁰ surgindo uma sociedade limitada de regulamentações consumeristas. Devendo passar por mudanças pontuais para seguir os avanços tecnológicos e se tornar ainda mais uma legislação moderna, que elogiada e respeitada por muitos doutrinadores não apenas no Brasil como em vários países do mundo.

¹⁸ Notícias e Artigos. Código de Defesa do Consumidor completa 20 anos. Disponível em: <<http://www.extradigital.com.br/codigo-de-defesa-do-consumidor-completa-20-anos/>>. Acesso em: 12 de abril de 2013.

¹⁹ O Consumo e crescimento da economia brasileira. Disponível em: <<http://www.isffabio.blogspot.com.br/2012/01/o-consumo-e-crescimento-da-economia.html>>. Acesso em: 14 de abril de 2013.

²⁰ Online na língua portuguesa significa "em linha" ou "conectado", um termo de origem inglesa. Disponível em: <<http://www.knoow.net/ciencinformtelec/informatica/online.htm#vermais>>. Acesso em: 15 de abril de 2013.

4 As Alterações Propostas para o Código Consumerista

4.1 Comércios Eletrônicos

4.1.1 Conceito e Noções Gerais

Ainda não se encontra regulamentada no CDC, é uma prática que cresce bastante atraindo uma grande quantidade de novos adeptos. Diante das facilidades a de se realizar compras a um “clique” sem sair de casa, tornando economicamente mais vantajoso ao consumidor e claro ao fornecedor que não precisa ter necessariamente um espaço físico como uma loja para vender os seus produtos ou serviços. A doutrinadora Leticia Canut (2008, p.56) diz que:

“o comércio tem sido a atividade mais atrativa e visada do ciberespaço e, assim, da internet. Isto se dá, principalmente, pelas expectativas de lucro que são criadas a seu respeito. Além, é claro, do fato de apresentar-se como um novo modo de contratação que fornece, diante de suas diversas novidades, vantagens tanto para o consumidor quanto para o fornecedor/comerciante.”

Com essa nova relação de consumo, tramita um projeto de Lei no Senado Federal sob nº 281/2012, que pretende atualizar o Código de Defesa do Consumidor acrescentando esta inovação nas relações de consumo.

4.1.2 Projeto de Lei do Senado nº 281/2012

Iniciada no Congresso Nacional, uma tramitação no Senado Federal do Projeto de Lei nº 281/2012, que pretende modernizar o Código de Defesa do Consumidor, em face da existência da relação de consumo por meio de fornecedores virtuais, para trazer o equilíbrio e a segurança em transações, protegendo a vulnerabilidade do consumidor. Como se elenca claramente no projeto o Artigo 45-A, 45-B, 45-C e 45-D da seção VII ao comércio eletrônico:

“Art.45 – A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da

autodeterminação e da privacidade dos dados pessoais. Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar.” (BRASIL, Projeto de lei que altera a Lei nº 8.078, 2012).

Art.45 – B. Sem prejuízo do disposto dos arts. 32 e 33, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização

- I- seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;
- II- seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais ou extrajudiciais.
- III- Preço total do produto ou do serviço, incluindo a discriminação de quaisquer eventuais despesas, tais como a de entrega e seguro;
- IV- Especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega;
- V- Características essenciais do produto ou do serviço;
- VI- Prazo de validade da oferta, inclusive do preço;
- VII- Prazo da execução do serviço ou da entrega ou disponibilização do produto.

Art.45 – C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:

- I- manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal como o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;
- II- confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestação de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;
- III- assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contratação, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;
- IV- dispor de meios de segurança adequados e eficazes;
- V- informar aos órgãos de defesa do consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico e demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem como dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento.”

As novas regras asseguram a divulgação de informações como os dados do fornecedor para uma preservação de segurança na relação de consumo, privacidade dos dados pessoais, proibição de spam, arrependimento de compra tendo um prazo de sete dias a contar do recebimento do produto ou serviço e de penas por práticas abusivas contra o consumidor. Um exemplo rotineiro é quando o consumidor realiza uma compra virtual e acontece um atraso na entrega, maior que o previsto, e o fornecedor sem justificar a demora.

4.2 As Ações Coletivas

4.2.1 Conceito e Noções Gerais

É considerado um marco no Código de Defesa do Consumidor, por apresentar atenção especial proteção coletiva por se tratar de equilibrar as diferenças existentes em diversas realidades socioeconômicas.

Com isso torna-se essencial a importância nas modificações ao novo código visando colaborar com as decisões igualitárias. E nessa diretriz as empresas devem acompanhar todo esse desenvolvimento.

O Senado Federal vem com um Projeto de Lei nº 282/2012 que visa a aprimorar esse equilíbrio, tentando assegurar prioridade e agilidade no seu julgamento de maneira nacional com alcance em todo o país.

4.2.2 Projeto de Lei do Senado nº 282/2012

É um projeto que protege as relações de consumo de qualquer natureza referentes às ações coletivas. Um ponto de grande importância é o § 3º ao qual o projeto tenta acrescentar no Art.81 do CDC, que pretende garantir prioridade nos processos e julgamentos de ações coletivas de consumo visando à celeridade no Judiciário, valorizando a economia e diminuindo o acúmulo de processos.

O Congresso Nacional Decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

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

§ 1º A ação coletiva que caberá para a proteção de interesses ou direitos de qualquer natureza, indicados nos incisos deste parágrafo, será exercida quando se tratar de:

III- interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos aqueles decorrentes de origem comum, de fato ou de direito, que recomendem tratamento conjunto pela utilidade coletiva da tutela.

§ 2º A tutela dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos presume-se de relevância social e jurídica.

§ 3º As ações coletivas terão prioridade de processamento e julgamento, excetuadas a ação popular e as de alimentos.

§ 4º A constitucionalidade ou inconstitucionalidade de lei ou ato normativo poderá ser arguida incidentalmente, como questão prejudicial, pela via do controle difuso.

§ 5º As pretensões de direito material prescrevem, se for o caso, no prazo estabelecido por este Código ou pela lei, observado aquele que for mais favorável a seu titular.”

O projeto ainda pretende inserir um quinto inciso ao Art. 82, garantindo expressamente legitimidade a Defensoria Pública a proteger coletivamente os consumidores, aumentando as alternativas de segurança do sujeito vulnerável. No Art.82 do PLS 282/2012:

“Art.82- Para os fins do art. 81, § 1º, são legitimados concorrentemente:

I - o Ministério Público,

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

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

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

V- a Defensoria Pública.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos Arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse

social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.”

Na análise de processo a atualização legislativa é um acréscimo do Art. 90 - A que apresenta dispositivos aos juízes na análise de ações coletivas:

“CAPITULO I - A DO PROCEDIMENTO DA AÇÃO COLETIVA

Seção I

Disposições Gerais

Art. 90 - A. A ação coletiva, na fase de conhecimento, seguirá o rito ordinário estabelecido no Código de Processo Civil, obedecidas as modificações previstas neste Código.

§ 1º O juiz poderá:

I- dilatar os prazos processuais;

II- alterar a ordem da produção dos meios de prova, até o momento da prolação da sentença, adequando-os às especificidades do conflito, de modo a conferir maior efetividade à tutela do bem jurídico coletivo, sem prejuízo do contraditório e de direito de defesa.

§ 2º Se a ação for proposta por ente público, a inicial deverá ser instruída com comprovante de consulta ao Cadastro Nacional de Processos Coletivos sobre ação coletiva que verse sobre o mesmo bem jurídico, cabendo ao juiz realizar a consulta, quando se tratar de associação.

§ 3º O interessado poderá solicitar e o Ministério Público requisitar, de qualquer pessoa, física ou jurídica, indicando a finalidade, as certidões e informações que julgar necessárias, a serem fornecidas no prazo de quinze dias, para instruir a inicial.

§ 4º Caso seja inestimável ou de difícil mensuração, o valor da causa será indicado pelo autor, segundo critério de razoabilidade, com a fixação em definitivo pelo juiz na sentença.

§ 5º A citação nas ações coletivas interrompe o prazo de decadência ou prescrição das pretensões individuais e coletivas, direta ou indiretamente relacionadas com a controvérsia, retroagindo a interrupção desde a

distribuição até o final do processo coletivo, ainda que haja extinção do processo sem resolução do mérito.”

O que merecem destaques que o juiz tem o poder na dilatação dos prazos processuais (inciso I) e alteração na ordem produtiva nos meios de prova (inciso II), com a função de aumentar a efetivação da tutela pretendida, com atenção específica dos casos concretos.

No Art. 90 – B do Projeto de Lei do Senado pretende estimular audiências de conciliação, caso seja requerida medida de urgência, que pode ser conduzida por um mediador ou conciliador judicial. Como pode ser notado no Art. 90 - B da PLS 282/2012:

“Seção II

Da Conciliação

Art. 90 - B O juiz, apreciado eventual requerimento de medida de urgência, designará audiência de conciliação, no prazo máximo de quinze dias, à qual as partes ou seus procuradores, habilitados a transigir, aplicando-se, no que couber o disposto no Código de Processo Civil.

§ 1º A audiência de conciliação será conduzida por mediador ou conciliador judicial, onde houver, nos termos da legislação em vigor.

§ 2º O não comparecimento injustificado do réu ou de seu procurador, com plenos poderes para transigir, é considerado ato atentatório à dignidade da justiça e será sancionado com multa de até dois por cento do valor da causa ou da vantagem econômica objetivada, revertida em favor dos Fundos, nacional, distrital ou estaduais, de Direito Difusos.

§ 3º O não comparecimento injustificado do autor acarretará a assunção da causa pelo Ministério Público, salvo recusa fundamentada.

§ 4º Caso o membro do Ministério Público recuse a assunção da causa, o juiz, não aceitando os fundamentos da recusa, adiará a audiência de conciliação e informará o órgão superior competente da instituição para que, querendo, designe outro integrante.

§ 5º As partes poderão transigir sobre o modo, prazo e lugar de cumprimento da obrigação relativa a direitos difusos ou coletivos, desde que haja concordância do Ministério Público, devendo a transação ser homologada por sentença, que constituirá título executivo judicial.

§ 6º No caso de interesses ou direitos individuais homogêneos, as partes poderão transacionar, após a oitiva do Ministério Público, ressalvada aos

membros do grupo, categoria ou classe a faculdade de não concordar com a transação, podendo nesse caso propor ação individual.

§ 7º O juiz ou o relator poderá tentar a conciliação em qualquer tempo e grau de jurisdição.”

No § 2º que foi mencionado nos trás um detalhe interessante de que o não comparecimento do réu ou do seu procurador é sancionado uma multa de dois por cento do valor da causa ou de vantagem econômica que é revertida para os Fundos Nacional, distrital ou estaduais, de Direitos Difusos.

Outro fator interessante é o § 7º do mesmo artigo, que trás possibilidades de audiência de conciliação no âmbito dos tribunais e turmas recursais, já que é de costume não haver audiências.

4.3 O Superendividamento

4.3.1 Conceito e Noções Gerais

Como o próprio nome já diz, é o endividamento superior ao que pode ser possível ao orçamento dos consumidores. Como o superendividamento é sempre um consumidor, admite-se que a tutela é pessoa física, excluindo a pessoa jurídica. A pessoa física que age de boa-fé adquire por contrato a concessão de crédito para atender uma necessidade pessoal na relação e consumo de produtos e serviços.

O doutrinador Silvio Javier Battello (2006, p.226) elenca diversos fatores que favorecem ao superendividamento:

“Na maioria dos casos, o superendividamento não se deve a uma única causa, já que o devedor deve fazer frente a um conjunto de obrigações derivadas de aquisição de bens e serviços de primeira necessidade, créditos hipotecários, carros móveis etc. e, inclusive, decorrentes do abuso incorreto uso do cartão de crédito. Somam-se, ainda, causas não econômicas, tais como falta de informação e educação dos consumidores, rupturas familiares, acidentes ou enfermidades crônicas etc.”

Não se trata apenas do endividamento, mas também a dignidade do consumidor onde fica com sua autoestima abalada e sua exclusão do mercado de consumo, impossibilitando o suprimento de suas necessidades para viver dignamente.

4.3.2 Projeto de Lei do Senado nº 283/2012

O projeto pretender oferecer mais um suporte a proteger o consumidor, criar uma disciplina do crédito ao consumidor e prevenção do superendividamento. As medidas propostas no texto encontra-se a proibição de publicidade enganosa de crédito alegando ser “crédito gratuito” ou “sem juros”.

No Art. 5º do CDC o projeto de lei acrescenta o inciso VI, justamente para prevenir o consumidor há não adquirir dívidas visando a garantir a dignidade da pessoa humana:

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

VI- instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando a garantir o mínimo existencial e a dignidade humana.”

No Art. 6º do Código de Defesa do Consumidor foi acrescido o inciso XI para garantir a prática de crédito responsável, com uma educação financeira e renegociação da dívida e outras medidas:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

XI- a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservado no mínimo existencial, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas. (NR).”

A redação do projeto se preocupa muito com o consumidor a fim que possa tomar o conhecimento necessário, aconselhando e advertindo com real natureza do crédito, como as informações sobre redução dos juros, encargos ou qualquer outro tipo de acréscimo.

No Capítulo VI, foi criando à Seção IV, que possui o objetivo de prevenir o superendividamento do consumidor, com crédito responsável e educação financeira. Como elenca o Art. 54 - A do PLS 283/2012:

“Da Prevenção do Superendividamento

Art. 54 - A Esta seção tem a finalidade de prevenir o superendividamento da pessoa física, promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira do consumidor, de forma a evitar a sua exclusão social e o comprometimento do seu mínimo existencial, sempre com base nos princípios da boa-fé, da função social do crédito ao consumidor e do respeito à dignidade da pessoa humana.”

Para conciliação no superendividamento, o projeto discorre com um capítulo V próprio, com a possibilidade o juiz negociar no processo as dívidas, sendo necessária a presença de todos os credores apontados pelo consumidor, que faz uma proposta de parcelamento do pagamento da dívida em um prazo máximo de cinco anos. Com ausência injustificada do credor ou de seu procurador, ocorrerá a suspensão da exigibilidade do débito e dos encargos de mora. No Art. 104-A diz quer:

“Art. 104 – A. A requerimento do consumidor superendividado pessoa física, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, visando à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores, em que o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de cinco anos, preservado o mínimo existencial.

§ 1º Entende-se por superendividamento o comprometimento de mais de trinta por cento da renda mensal líquida mensal do consumidor com o pagamento do conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendos excluídos o financiamento para a aquisição de casa para moradia, e desde que inexistentes bens livres e suficientes para liquidação do total do passivo.

§ 2º O não comparecimento injustificado de qualquer credor, ou de seu procurador com poderes especiais e plenos para transigir, à audiência de conciliação de que trata o *caput* deste artigo acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos da mora.

§ 3º No caso de conciliação, com qualquer credor, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada.

§ 4º Constará do plano de pagamento:

- I- referência quanto à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso;
- II- data a partir da qual será providenciada exclusão do consumidor de bancos de dados e cadastros de inadimplentes;

III-condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividamento.

§5º O pedido do consumidor a que se refere o *caput* deste artigo não importa em declaração de insolvência civil e poderá ser repetido somente após decorrido o prazo de dois anos, contados da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de eventual repactuação.”

Como é demonstrado no artigo exposto depois de homologado o acordo em sentença judicial precisa conter no plano de pagamento a suspensão e a extinção das ações judiciais em curso, o superendividamento não pode ser financiado em caso de dívidas profissionais, por tratar apenas de dívidas por pessoa física.

5 CONCLUSÃO

O método abordado neste trabalho é a preocupação do Senado Federal de modernizar a Lei 8.078/90 por meio das mudanças estão ocorrendo na sociedade. Partindo da análise da sociedade de consumo e garantia de proteção a parte mais vulnerável. Com o estudo das alterações propostas a PLS 281/2012 sobre o Comércio Eletrônico, a PLS 282/2012 elencando as Ações Coletivas e PLS 283/2012 sobre o Superendividamento.

Como método de procedimento, analisando os fatores históricos no mundo e no Brasil, visando à origem consumerista para chegar ao direito do consumidor atual. Os relatos monográficos, baseando em análises de informações doutrinárias referentes alterações da reforma do CDC.

Na atualidade muitas empresas tentam burlar os direitos dos consumidores na busca injusta do lucro e de maneira vulnerável encontra-se o consumidor, que além por não possuir as informações necessárias.

Com a criação da Constituição Federal de 1988, com seus princípios e normas, foi formada já sabendo que mais adiante seria criada uma proteção para o consumidor é a Lei 8.078/90, não podendo ser ignorado na relação de consumo por representar sua própria existência. Ao longo dos anos depois da criação da nova lei houve um aumento considerado de registros em denúncias contra práticas abusivas, mas ainda muitos consumidores pela o país ter suas desigualdades sociais não tem os seus direitos reconhecidos em várias partes do país.

Alguns princípios constitucionais são mostrados no trabalho acadêmico como também as explicações sobre consumidores, fornecedores, produtos e serviços para se diferenciar cada um deles.

O código de Defesa do Consumidor é voltado de diretamente a relação de consumo, sendo que os fornecedores respondem com existência ou não de culpa. O Estado tem o dever de intervir protegendo e equilibrando as relações de consumo entre fornecedor e consumidor, através dos órgãos de defesa do consumidor.

A lei 8.078/90 está em processo de alteração por causa do crescimento de consumo e do avanço tecnológico como os meios de compras virtuais onde não se tem presente elementos necessários à proteção aos novos métodos de mercado.

As alterações com os Projetos de Lei do Senado são de extrema necessidade a sociedade atual, que a cada dia cresce mais no mercado do consumo. O que revolucionou a ligação entre fornecedor e consumidor com certeza foi o comércio eletrônico, onde existe a facilidade econômica de ambos para a relação de consumo. Mas o próprio consumidor possui garantias de proteção nessa relação, com isso o Projeto de Lei do Senado nº 281 de 2012 que visa expressar essa proteção do vulnerável, onde que na época da criação do CDC, não existia comércio eletrônico. Com garantias de arrependimento da compra, a

existência de lealdade e segurança entre as partes envolvidas e a privação dos dados pessoais do consumidor.

No Projeto de Lei do Senado 282 de 2012, foi de aperfeiçoar o próprio Código de Defesa do consumidor que tem como base a proteção da coletividade, com novos métodos de segurança em lei na relação de consumo entre consumidores e fornecedores.

Com o aumento de concessão de crédito ao consumidor e com falta de informações necessárias de como utiliza-lo, o consumidor foi adquirindo dividas que não conseguia pagar. A criação do Projeto de Lei do Senado 283 de 2012 demonstra uma enorme preocupação com esses consumidores afim de que sua dignidade não seja abalada e que se deve facilitar o pagamento do superendividamento, com proteção especial ao idoso e analfabetos.

Esta pesquisa demonstra que um consumidor informado pode fazer valer os seus direitos, pois com as informações que foram levantadas, pode atuar de forma efetiva na busca de um equilíbrio justo na relação de consumo.

REFERÊNCIAS

AMARANTE, Maria Cecília Nunes. **Justiça ou Equidade nas Relações de Consumo**. Rio de Janeiro: Lúmen Júris, 1998. p.15-16.

BATELLO, Silvio Javier. **A (in) Justiça dos Endividados Brasileiros**: uma análise evolutiva. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZI, Roângela Lunardelli (Coord); **Direitos do Consumidor Endividado: Superendividamento e Crédito**: São Paulo: Revista Tribunais, 2006. p.226.

BENJAMIM, Antônio Herman de Vasconcellos. **O Conceito Jurídico de Consumidor**, revista. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2003. p.54.

CANUT, Leticia. **Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico no Comércio Eletrônico**: uma questão de inteligência coletiva que ultrapassa o direito tradicional. Curitiba: Jaruá, 2008. p.56.

_____, **Carta Forense: Atualização do código de defesa do consumidor: avanços e efetividade**. Disponível: <<http://www.cartaforense.com.br/conteúdo/artigos/atualização-do-codigo-de-defesa-do-consumidor-avancos-efetividade/9511>>. Acesso em: 21 de abril de 2013.

_____, **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto/ADA Pellegrini Grinover...[et al] – 7ª ed – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2001.p.17.

_____, **Código de Defesa do Consumidor Completa 20 anos**: Disponível em: <<http://www.extrajudicial.com.br/codigo-defesa-do-consumidor-completa-20-anos/>>. Acesso em 01 de maio de 2013.

_____, **Código de Defesa do Consumidor torna relações de consumo mais equilibradas**. Disponível em: <http://www.uai.com.br/htmls/app/noticia173/2010/09/11/noticia_economia,i=179292/CO-DIGO+DE+DEFESA+DO+CONSUMIDOR+TORNA+RELACOES+DE+CONSUMO+MAIS+EQUILIBRADAS.shtml>.

_____, **Código de Hammurabi**. Disponível em: <http://www.cpihta/PDF/código_hamurabi.pdf>. Acesso em: 30 de março de 2013.

Constituição Federal de 1988, Vade Mecum Saraiva, 2010 - 9ª Ed, São Paulo: Saraiva, 2010.

_____, **LEI Nº 8.078/90, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/leis8078.htm>. Acesso em: 20 de abril de 2013.

_____, **SENADO FEDERAL**. Projeto de Lei do Senado nº 281, de 2012. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112481&tp=1>>. Acesso em: 12 de março de 2013.

_____, **SENADO FEDERAL**. Projeto de Lei do Senado nº 282, de 2012. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112480&tp=1>>.

_____, **SENADO FEDERAL**. Projeto de Lei do Senado nº 283, de 2012. Disponível em: <<http://www.senado.gov.br/atividade/materia/getPDF.asp?t=112479&tp=1>>. Acesso em: 12 de março de 2013

COMPARATO, Fábio Konder, **A Proteção do Consumidor**: importante capítulo do direito econômico, in *Defesa do Consumidor*: textos básicos, 2ª ed., Brasília: CNDC/MJ, 1988.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor**. Conceito e Extensão. São Paulo: Editora Revista nos Tribunais. 1999.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curadoria de Proteção ao Consumidor**: cadernos informativos. São Paulo, Edições APMP, 1987. p.12.

MARQUES, Cláudia Lima. **Revista de Direito do Consumidor**, Planos privados de assistência à saúde. Desnecessidade de opção do consumidor pelo novo sistema. Opção a depender da conveniência do consumidor. Abusividade da cláusula contratual que permite a resolução do contrato coletivo por escolha do fornecedor. n.31, jul-set/99, p.145.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor**. 2ª ed. rev e atual. São Paulo: Saraiva, 2009. p. 24; 91; 95; 110-101.

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. **Curso de Direito do Consumidor**: com exercícios / Rizzato Nunes – 2ª ed. ver. mod. e atual. São Paulo: Saraiva, 2005. p.133.

ROBERTO, Giordano Bruno Soares. **Introdução a História do Direito Privado e da Codificação**: Uma análise do Novo Código Civil. Belo Horizonte: Del Rey, 2003.

SMANIO, Gianpaolo Poggio. **Interesses Difusos e Coletivos**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2001. p.62-63.

ANEXOS

SENADO FEDERAL
PROJETO DE LEI DO SENADO
Nº 281, DE 2012

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar as disposições gerais do Capítulo I do Título I e dispor sobre o comércio eletrônico.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 1º

Parágrafo único. As normas e os negócios jurídicos devem ser interpretados e integrados da maneira mais favorável ao consumidor. (NR)

Art. 5º

VI – o conhecimento de ofício pelo Poder Judiciário, no âmbito do processo em curso e assegurado o contraditório, e pela Administração Pública de violação e normas de defesa do consumidor.

.....(NR)

Art. 6º.....

.....

XI – a autodeterminação, a privacidade e a segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, por qualquer meio, inclusive o eletrônico;

XII – a liberdade de escolha, em especial a novas tecnologias e redes de dados, sendo vedada qualquer forma de discriminação e assédio de consumo. (NR)

Art. 7º.....

§ 1º

§ 2º

Seção VII
Do Comércio Eletrônico

Art.45 – A. Esta seção dispõe sobre normas gerais de proteção do consumidor no comércio eletrônico, visando a fortalecer a sua confiança e assegurar tutela efetiva, com a

diminuição da assimetria de informações, a preservação da segurança nas transações, a proteção da autodeterminação e a da privacidade dos dados pessoais.

Parágrafo único. As normas desta Seção aplicam-se às atividades desenvolvidas pelos fornecedores de produtos ou serviços por meio eletrônico ou similar.

Art.45 – B. Sem prejuízo do disposto nos arts. 31 e 33, o fornecedor de produtos e serviços que utilizar meio eletrônico ou similar deve disponibilizar em local de destaque e de fácil visualização:

I – seu nome empresarial e número de sua inscrição no cadastro geral do Ministério da Fazenda;

II – seu endereço geográfico e eletrônico, bem como as demais informações necessárias para sua localização, contato e recebimento de comunicações e notificações judiciais ou extrajudiciais.

III – preço total do produto ou do serviço, incluindo a discriminação de quaisquer eventuais despesas, tais como a de entrega e seguro;

IV – especificidades e condições da oferta, inclusive as modalidades de pagamento, execução, disponibilidade ou entrega;

V – características essenciais do produto ou do serviço;

VI – prazo de validade da oferta, inclusive do preço;

VII – prazo da execução do serviço ou da entrega u disponibilização do produto.

Art. 45 – C. É obrigação do fornecedor que utilizar o meio eletrônico ou similar:

I – manter disponível serviço adequado, facilitado e eficaz de atendimento, tal como o meio eletrônico ou telefônico, que possibilite ao consumidor enviar e receber comunicações, inclusive notificações, reclamações e demais informações necessárias à efetiva proteção dos seus direitos;

II – confirmar imediatamente o recebimento de comunicações, inclusive a manifestações de arrependimento e cancelamento do contrato, utilizando o mesmo meio empregado pelo consumidor ou outros costumeiros;

III – assegurar ao consumidor os meios técnicos adequados, eficazes e facilmente acessíveis que permitam a identificação e correção de eventuais erros na contração, antes de finalizá-la, sem prejuízo do posterior exercício do direito de arrependimento;

IV – dispor de meios de segurança adequados e eficazes;

V – informar aos órgãos de defesa d consumidor e ao Ministério Público, sempre que requisitado, o nome e endereço eletrônico de demais dados que possibilitem o contato do provedor de hospedagem, bem com dos seus prestadores de serviços financeiros e de pagamento.

Art. 45 – D. Na contratação por meio eletrônico ou similar, o fornecedor deve enviar ao consumidor:

I – confirmação imediata do recebimento da aceitação da oferta, inclusive em meio eletrônico;

II – via do contrato em suporte duradouro, assim entendido qualquer instrumento, inclusive eletrônico, que ofereça as garantias de fidedignidade, inteligibilidade e conservação dos dados contratuais, permitindo ainda a facilidade de sua reprodução.

Art. 45 – E. É vedado enviar mensagem eletrônica não solicitada a destinatário que:

I – não possua relação de consumo anterior com o fornecedor e não tenha manifestado consentimento prévio em recebê-la;

II – esteja inscrito em cadastro de bloqueio de oferta; ou

III – tenha manifestado diretamente ao fornecedor a opção de não recebê-la.

§ 1º Se houver prévia relação de consumo entre o remetente e o destinatário, admite-se o envio de mensagem não solicitada, desde que o consumidor tenha tido oportunidade de recusá-la.

§ 2º O fornecedor deve informar ao destinatário, em cada mensagem enviada:

I – o meio adequado, simplificado, seguro e eficaz que lhe permita, a qualquer momento, recusar, sem ônus, o envio de novas mensagens eletrônicas não solicitadas; e

II – o modo como obteve os dados do consumidor.

§ 3º O fornecedor deve cessar imediatamente o envio de ofertas e comunicações eletrônicas ou de dados a consumidor que manifestou a sua recusa em recebê-las.

§ 4º Para os fins desta seção, entende-se por mensagem eletrônica não solicitada a relacionada a oferta ou publicidade de produto ou serviço e enviada por correio eletrônico ou meio similar.

§ 5º É também vedado:

I – remeter mensagem que oculte, dissimule ou não permita de forma imediata e fácil a identificação da pessoa em nome de quem é efetuada a comunicação e a sua natureza publicitária.

II – veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem expressa autorização e consentimento informado do seu titular, salvo exceções legais.

.....

Art. 49. O consumidor pode desistir da contratação a distância, no prazo de sete dias a contar da aceitação da oferta ou do recebimento ou disponibilidade do produto ou serviço, o que ocorrer por último.

§ 1º

§ 2º Por contratação a distância entende-se aquela efetivada fora do estabelecimento, ou sem a presença física simultânea do consumidor e fornecedor, especialmente em domicílio, por telefone reembolso postal, por meio eletrônico ou similar.

§ 3º Equipara-se à modalidade de contratação prevista no § 2º deste artigo aquela em que, embora realizada no estabelecimento, o consumidor não teve a prévia oportunidade de conhecer o produto ou serviço, por não encontrar em exposição ou pela impossibilidade ou dificuldade de acesso a seu conteúdo.

§ 4º Caso o consumidor exerça o direito de arrependimento, os contratos acessórios de crédito são automaticamente rescindidos, sem qualquer custo para o consumidor;

§ 5º Sem prejuízo da iniciativa do consumidor, o fornecedor deve comunicar de modo imediato a manifestação do exercício de arrependimento à instituição financeira ou à administradora do cartão de crédito ou similar, a fim de que:

I – a transação não seja lançada na fatura do consumidor;

II – seja efetivado o estorno do valor, caso a fatura já tenha sido emitida no momento da comunicação.

III – caso o preço já tenha sido total ou parcialmente pago, seja lançado o crédito do respectivo valor na fatura imediatamente posterior à comunicação.

§ 6º Se o fornecedor de produtos ou serviços descumprir o disposto no § 1º ou no § 5º, o valor pago será devolvido em dobro.

§ 7º O fornecedor deve informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados, facilitados e eficazes disponíveis para o exercício do direito de arrependimento do consumidor, que devem contemplar, ao menos, o mesmo modo utilizado para a contratação.

§ 8º O fornecedor deve enviar ao consumidor confirmação individualizada e imediata do recebimento da manifestação de arrependimento.

§ 9º O descumprimento dos deveres do fornecedor previstos neste artigo e nos artigos da Seção VII do Capítulo V do Título I desta lei enseja a aplicação pelo Poder Judiciário de multa civil em valor adequado à gravidade da conduta e suficiente para inibir novas violações, sem prejuízo das sanções penais e administrativas cabíveis e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ocasionados aos consumidores.
(NR)

Art. 56.....

.....

XIII – suspensão temporária ou proibição de oferta e de comércio eletrônico.

.....(NR)

Art. 59.

.....

§ 4º Caso o fornecedor por meio eletrônico ou similar descumpra a pena de suspensão ou de proibição de oferta e de comércio eletrônico, sem prejuízo de outras medidas administrativas ou judiciais de prevenção de danos, o Poder Judiciário determinará, a pedido da autoridade administrativa ou do Ministério Público, no limite estritamente necessário para a garantia da efetividade da sanção, que os prestadores de serviços financeiros e de pagamento utilizados pelo fornecedor, de forma alternativa ou conjunta, sob pena de pagamento de multa diária:

I – suspendam os pagamentos e transferências financeiras para o fornecedor de comércio eletrônico;

II – bloqueiem as contas bancárias do fornecedor. (NR)

Art. 72 – A. Veicular, hospedar, exibir, licenciar, alienar, utilizar, compartilhar, doar ou de qualquer forma ceder ou transferir dados, informações ou identificadores pessoais, sem a expressa autorização de seu titular e consentimento informado, salvo exceções legais.

Pena – Reclusão, de um a quatro anos, e multa.

Art. 101. Na ação de responsabilidade contratual e extracontratual do fornecedor de produtos e serviços, inclusive no fornecimento distância nacional e internacional, sem prejuízo do disposto nos Capítulos I e II deste Título:

I – será competente o foro do domicílio do consumidor, nas demandas em que o consumidor residente no Brasil seja réu e que versem sobre relações de consumo;

II – o consumidor, nas demandas em que seja autor, poderá escolher, além do foro indicado no inciso I, o do domicílio do fornecedor de produtos ou serviços, o do lugar da celebração ou da execução do contrato ou outro conectado ao caso;

III – são nulas as cláusulas de eleição de foro e de arbitragem celebradas pelo consumidor.

Parágrafo único. Aos conflitos decorrentes do fornecimento a distância internacional, aplica-se a lei do domicílio do consumidor, ou a norma estatal escolhida pelas partes, desde que mais favorável a consumidor, assegurando igualmente o seu acesso à Justiça. (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data da sua publicação.

SENADO FEDERAL
PROJETO DE LEI DO SENADO
Nº 282, DE 2012

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina das ações coletivas.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 81.

§ 1º A ação coletiva, que caberá para a proteção de interesses ou direitos de qualquer natureza, indicados nos incisos deste parágrafo, será exercida quando se trata de:

.....

III – interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos aqueles decorrentes de origem comum, de fato ou de direito, que recomendem tratamento conjunto pela utilidade coletiva da tutela.

§ 2º A tutela dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos presume-se de relevância social e jurídica.

§ 3º As ações coletivas terão prioridade de processamento e julgamento, excetuadas a ação popular e as de alimentos.

§ 4º A constitucionalidade ou inconstitucionalidade de lei ou ato normativo poderá ser arguida incidentalmente, como questão prejudicial, pela via do controle difuso.

§ 5º As pretensões de direito material prescrevem, se for o caso, no prazo estabelecido por este Código ou pela lei, observado aquele que for mais favorável a seu titular. (NR)

Art. 81 – A. É absolutamente competente para a causa o foro do local onde ocorreu ou deva ocorrer ou deva ocorrer o dano ou o ilícito, aplicando-se as regras da prevenção.

§ 1º Será competente o foro:

I – da capital do Estado, se o dano ou o ilícito atingir o seu território;

II – do Distrito Federal, se o dano ou o ilícito atingir o seu território, concorrentemente com os foros das capitais atingidas.

§ 2º Nos casos de competência da Justiça estadual, quando a extensão do dano atingir diversas comarcas, a competência será da entrância mais elevada.

§ 3º A extensão do dano ou do ilícito a ser considerada na fixação da competência será a indicada na inicial.

§ 4º A competência territorial do órgão prolator ou o domicílio dos interessados não restringirão a coisa julgada de âmbito nacional ou regional.

§ 5º Havendo, no foro competente, juízos especializados em razão da matéria e juízos especializados em ações coletivas, aqueles prevalecerão sobre estes.

§ 6º As regras de prevenção não se aplicam a outros legitimados quando os entes públicos já tiverem iniciado inquérito ou investigação a respeito dos fatos objeto da ação.

Art. 82. Para os fins do art. 81, § 1º, são legitimados concorrentemente:

.....
V – a Defensoria Pública.

.....(NR)

Art. 87.

§ 1º

§ 2º Em caso de procedência da demanda coletiva, os honorários advocatícios devidos às associações, quando o trabalho profissional tiver sido complexo:

I – serão fixados em porcentagem não inferior a vinte por cento, calculada sobre o valor da condenação;

II – serão arbitrados pelo juiz, na impossibilidade de aplicação do disposto no inciso I, observados os critérios de proporcionalidade e razoabilidade.

§ 3º Na hipótese de relevante interesse público, direta ou indiretamente satisfeito pela demanda movida pela associação, o juiz, sem prejuízo da verba da sucumbência, poderá fixar compensação financeira, suportada pelo réu, observados os critérios de proporcionalidade e razoabilidade. (NR)

.....

CAPÍTULO I – A DO PROCEDIMENTO DA AÇÃO COLETIVA

Seção I Disposições Gerais

Art. 90 – A. A ação coletiva, na fase de conhecimento, seguirá o rito ordinário estabelecido no Código de Processo Civil, obedecidas as modificações previstas neste Código.

§ 1º O juiz poderá:

I – dilatar os prazos processuais;

II – alterar a ordem da produção dos meios de prova, até o momento da prolação da sentença, adequando-os às especificidades do conflito, de modo a conferir maior efetividade à tutela do bem jurídico coletivo, sem prejuízo do contraditório e do direito de defesa.

§ 2º Se a ação for proposta por ente público, a inicial deverá ser instruída com comprovante de consulta ao Cadastro Nacional de Processos Coletivos sobre ação coletiva que verse sobre o mesmo bem jurídico, cabendo ao juiz realizar a consulta, quando se tratar de associação.

§ 3º O interessado poderá solicitar e o Ministério Público requisitar, de qualquer pessoa, física ou jurídica, indicando a finalidade, as certidões e informações que julgar necessárias, a serem fornecidas no prazo de quinze dias, para instruir a inicial.

§ 4º Caso seja inestimável ou de difícil mensuração, o valor da causa será indicado pelo autor, segundo critério de razoabilidade, com a fixação em definitivo pelo juiz na sentença.

§ 5º A citação válida nas ações coletivas interrompe o prazo de decadência ou prescrição das pretensões individuais e coletivas, direta ou indiretamente relacionadas com a controvérsia, retroagindo a interrupção desde a distribuição até o final do processo coletivo, ainda que haja extinção do processo sem resolução do mérito.

Seção II

Da Conciliação

Art. 90 – B. O Juiz, apreciado eventual requerimento de medida de urgência, designará audiência de conciliação, no prazo máximo de quinze dias, à qual comparecerão as partes ou seus procuradores, habilitados a transigir, aplicando-se, no que couber, o disposto no Código de Processo Civil.

§1º A audiência de conciliação será conduzida por mediador ou conciliador judicial, onde houver, nos termos da legislação em vigor.

§2º O não comparecimento injustificado do réu ou de seu procurador, com plenos poderes para transigir, é considerado ato atentatório à dignidade da justiça e será sancionado com multa de até dois por cento do valor da causa ou da vantagem econômica objetivada, revertida em favor dos Fundos, nacional, distrital ou estaduais, de Direito Difusos.

§3º O não comparecimento injustificado do autor acarretará a assunção de causa pelo Ministério Público, salvo recusa fundamentada.

§4º Caso o membro do Ministério Público recuse a assunção da causa, o juiz, não aceitando os fundamentos da recusa, adiará a audiência de conciliação e informará o órgão superior competente da instituição para que, querendo designe outro integrante.

§5º As partes poderão transigir sobre o modo, prazo e lugar de cumprimento da obrigação relativa a direitos difusos ou coletivos, desde que haja concordância do Ministério Público, devendo a transação ser homologada por sentença, que constituirá título executivo judicial.

§6º No caso de interesses ou direitos individuais homogêneos, as partes poderão transacionar, após a oitiva do Ministério Público, ressalvada aos membros do grupo, categoria ou classe a faculdade de não concordar com a transação, podendo nesse caso propor ação individual.

§7º O juiz ou relator poderá tentar a conciliação em qualquer tempo e grau de jurisdição.

Seção III
Da Tramitação do Processo
Subseção I
Da Resposta do Réu e da Audiência Ordinatória

Art. 90 – C. O juiz fixará o prazo para a resposta nas ações coletivas, que não poderá ser inferior a vinte ou superior a sessenta dias, atendendo à complexidade da causa ou ao número de litigantes, contados a partir da data da realização da audiência de conciliação ou da última sessão do procedimento conciliatório.

Parágrafo único. Ao prazo previsto no *caput* não se aplicam outros benefícios para responder estabelecidos no Código de Processo Civil ou em leis especiais.

Art. 90 – D. Não obtida a conciliação e apresentada a defesa pelo réu, o juiz designará audiência ordinatória, tomando fundamentadamente as seguintes decisões, assegurado o contraditório:

I – decidirá se o processo tem condições de prosseguir na forma coletiva;

II – poderá cindir os pedidos em ações coletivas distintas, voltadas respectivamente à tutela separada dos interesses ou direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos, desde que preservado o acesso à Justiça dos sujeitos vulneráveis, assegurada a proteção efetiva ao interesse social e facilitada a condução do processo;

III – decidirá a respeito do litisconsórcio e da assistência;

IV – poderá encaminhar o caso, com a concordância das partes, para avaliação neutra de terceiro, designado pelo juiz, de confiança delas;

V – fixará os pontos controvertidos, decidirá as questões processuais pendentes e determinará as provas a serem produzidas;

VI – esclarecerá as partes sobre a distribuição do ônus da prova e sobre a possibilidade de sua inversão, em favor do sujeito vulnerável, podendo, desde logo ou no julgamento da causa, invertê-lo, sem prejuízo do disposto no art. 6º, VIII, atribuindo-o à parte que, em razão de deter conhecimentos técnicos ou científicos ou informações específicas sobre os fatos da causa, tiver maior facilidade em sua demonstração;

VII – poderá determinar de ofício a produção de provas.

§ 1º A avaliação neutra de terceiro, obtida no prazo fixado pelo juiz, será entregue pelo avaliador diretamente às partes, extra-autos, confidencialmente, não podendo chegar ao conhecimento do juiz.

§ 2º A avaliação neutra de terceiro não é vinculante para as partes e tem a finalidade exclusiva de orientá-las na composição amigável do conflito.

§ 3º Aplica-se aos processos individuais o disposto no inciso VI deste artigo.

Subseção II

Do Julgamento Antecipado da Lide

Art. 90 – E. A lide será julgada imediatamente, se não houver necessidade de audiência de instrução e julgamento ou de perícia, de acordo com a natureza do pedido e as provas documentais apresentadas pelas partes ou requisitadas pelo juiz, observado o contraditório, simultâneo ou sucessivo.

Subseção III

Da Prova Pericial

Art. 90 – F. O juiz nomeará perito, preferencialmente entre servidores públicos especializados na matéria, se for necessária a realização de prova técnica, requerida pelo legitimado ou determinada de ofício.

§ 1º Competirá ao Poder Público, de preferência com recursos dos Fundos, nacional, estaduais, municipais ou do Distrito Federal de Direitos Difusos, após a devida requisição judicial, adiantar a remuneração do perito devida pela associação autora, pelo Ministério Público e pela Defensoria Pública, podendo o perito optar por receber os honorários integralmente ao final.

§ 2º Ao final da demanda, o vencido, excluídos o Ministério Público, a Defensoria Pública e as associações, restituirá ao Poder Público a importância adiantada a título de antecipação de honorários periciais, que o juiz determinará em decisão mandamental.

Subseção IV

Da Sentença e do Recurso

Art. 90 – G. Na ação reparatória referente a interesses e direitos difusos e coletivos, a condenação, independentemente de pedido do autor, consistirá:

I – na prestação de obrigações destinadas à reconstituição específica do bem e à mitigação dos danos;

II – em medidas para minimizar a lesão ou evitar que se repita; e

III – na indenização pelos danos, patrimoniais e morais.”

Art. 90 – H. O recurso interposto na ação coletiva será recebido no efeito meramente devolutivo, salvo quando da decisão puder resultar lesão grave e de difícil reparação, hipótese em que o juiz, a requerimento do interessado, ponderando os interesses ou bens jurídicos coletivos em questão, inclusive o *periculum in mora* reverso, poderá atribuir-lhe o efeito suspensivo.

Subseção V

Do Cumprimento da Sentença

Art. 90 – I. O juiz nomear pessoa qualificada, física ou jurídica, que atuará por sub-rogação, para fiscalizar e implementar atos de liquidação e cumprimento da sentença coletiva, atendendo às diretrizes por ele estabelecidas.

Subseção VI Da Audiência Pública e do “Amicus Curiae”

Art. 90 – J. O juiz ou tribunal, em qualquer instância, poderá submeter a questão objeto da ação coletiva a audiências públicas, ouvindo especialistas e membros da sociedade, de modo a garantir a adequada cognição judicial, em qualquer tempo e grau de jurisdição.

Parágrafo único. O juiz ou tribunal poderá admitir a intervenção, escrita ou oral, de *amicus curiae*.

.....

Art. 95 – A. Na sentença condenatória à reparação pelos danos individualmente sofridos, sempre que possível, o juiz fixará o valor da indenização individual devida a cada membro do grupo ou um valor mínimo para a reparação do dano.

§ 1º Quando os valores dos danos individuais sofridos pelos membros do grupo forem uniformes, prevalentemente uniformes ou puderem ser reduzidos a uma fórmula matemática, a sentença coletiva indicará esses valores, ou a fórmula de cálculo de indenização individual.

§ 2º Quando a determinação do valor dos danos individuais sofridos pelos membros do grupo depender de informações em poder do réu, este deverá prestá-las, no prazo fixado pelo juiz, sob pena de multa diária e outras medidas indutivas, coercitivas e sub-rogatórias.

§ 3º Aplica-se aos interesses ou direitos individuais homogêneos o disposto no art. 90 – G.

“Art. 102.....

.....

§ 3º Proposta a ação prevista no *caput*, a Advocacia Pública poderá abster-se de contestar o pedido ou poderá atuar como litisconsorte do autor, desde que compatível com o interesse público. (NR).

.....

Art. 104 – A. O processamento e o julgamento da ação coletiva terão prioridade em relação às ações individuais, inclusive no recurso repetitivo.

§ 1º A critério do tribunal, poderão ser suspensas as demandas individuais de caráter exclusivamente patrimonial, pelo prazo máximo de dois anos.

§ 2º Durante o período de suspensão, poderá o juiz perante o qual foi ajuizada a demanda individual conceder medidas de urgência ou assegurar o mínimo existencial.

§ 3º No processamento e julgamento de ações coletivas, o descumprimento de prazo judicial deverá ser justificado pelo julgador.

CAPÍTULO V

DO CADASTRO NACIONAL DE PROCESSOS COLETIVOS E DO CADASTRO NACIONAL DE INQUÉRITOS CIVIS E COMPROMISSOS DE AJUSTAMENTO DE CONDUTA

Art. 104 – B. O Conselho Nacional de Justiça organizará e manterá o Cadastro Nacional de Processos Coletivos, com a finalidade de permitir que os órgãos do Poder Judiciário e os interessados tenham amplo acesso às informações relevantes relacionadas com a existência e o estado das ações coletivas.

§ 1º O Conselho Nacional do Ministério Público organizará e manterá o Cadastro Nacional de Inquéritos Civis e de Compromissos de Ajustamento de Conduta, com a finalidade de permitir que os órgãos do Poder Judiciário, os colegitimados e os interessados tenham amplo acesso às informações nele constantes.

§ 2º Qualquer órgão legitimado que tenha tomado compromisso de ajustamento de conduta remeterá, no prazo de dez dias, cópia, preferencialmente por meio eletrônico, ao Cadastro Nacional de Inquéritos Civis e de Compromissos de Ajustamento de Conduta.

Art. 2º O §5º do art. 5º e o art. 16 da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, passam a vigorar com a seguinte redação:

Art. 5º
.....

§ 5º Independentemente da justiça competente, admitir-se-á o litisconsórcio facultativo entre os Ministérios Públicos e as Defensorias Públicas da União, do Distrito Federal e dos Estados para a defesa dos interesses e direitos de que cuida esta Lei (NR).
.....

Art. 16 A sentença fará coisa julgada *erga omnes*, exceto se o pedido for julgado improcedente por insuficiência de provas, hipóteses em que qualquer legitimado poderá intentar outra ação com idêntico fundamento, valendo-se de novas provas. (NR)

Art. 3º Revogam-se:

I – o art. 93 da Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor);

II – o art. 2º A Lei nº 9.494, de 10 de setembro de 1997.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor da data da sua publicação.

SENADO FEDERAL
PROJETO DE LEI DO SENADO
Nº 283, DE 2012

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para aperfeiçoar a disciplina do crédito ao consumidor e dispor sobre a prevenção do superendividamento.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art.1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com as seguintes alterações:

Art. 5º

VI – instituição de mecanismos de prevenção e tratamento extrajudicial e judicial do superendividamento e de proteção do consumidor pessoa física, visando a garantir o mínimo existencial e a dignidade humana. (NR)

Art. 6º

XI – a garantia de práticas de crédito responsável, de educação financeira, de prevenção e tratamento das situações de superendividamento, preservando o mínimo existencial, por meio da revisão e repactuação da dívida, entre outras medidas. (NR)

Art. 27 – A As pretensões dos consumidores não reguladas nesta seção prescrevem em dez anos, se a lei não estabelecer prazo mais favorável ao sujeito vulnerável.

§ 1º O termo inicial da prescrição é a data de conhecimento inequívoco do fato pelo consumidor, e, nos outros de trato sucessivo, a data da quitação anual de dívidas ou da última prestação mensal contestada.

§2º Prescreve em dez anos a pretensão de direito patrimonial do consumidor de crédito e de poupança, veiculada em ações individuais ou coletivas.

CAPÍTULO VI

.....

Seção IV

Da Prevenção do Superendividamento

Art. 54 - A Esta seção tem a finalidade de prevenir o superendividamento da pessoa física, promover o acesso ao crédito responsável e à educação financeira do consumidor, de forma a evitar a exclusão social e o comprometimento de seu mínimo existencial, sempre com base nos princípios da boa-fé, da função social do crédito no consumidor e do respeito à dignidade da pessoa humana.

Art. 54 - B Além das informações obrigatórias previstas no art. 52 e na legislação aplicável à matéria, no fornecimento de crédito e na venda a prazo, o fornecedor ou o intermediário deverá informar o consumidor, prévia e adequadamente, na oferta e por meio do contrato, sobre:

- I – o custo efetivo total e a descrição dos elementos que o compõem;
- II – a taxa efetiva mensal de juros, a taxa dos juros de mora e o total de encargos, de qualquer natureza, previstos para o atraso no pagamento;
- III – o montante das prestações e o prazo de validade da oferta que deve ser no mínimo de dois dias;
- IV – o nome e o endereço, inclusive o eletrônico, do fornecedor;
- V – o direito do consumidor à liquidação antecipada do débito.

§ 1º As informações referidas no art. 52 e no *caput* deste artigo devem constar em um quadro, de forma resumida, no início do instrumento contratual.

§ 2º O custo efetivo total da operação de crédito ao consumidor, para efeitos deste Código, sem prejuízo do cálculo padronizado pela autoridade reguladora do sistema financeiro, consistirá em taxa percentual anual e compreenderá todos os valores cobrados do consumidor.

§ 3º Sem prejuízo do disposto no art. 37, a publicidade de crédito ao consumidor e de vendas a prazo deve indicar, no mínimo, o custo efetivo total, o agente financiador e a soma total a pagar, com e sem financiamento.

§ 4º É vedado, expressa ou implicitamente, na oferta de crédito ao consumidor, publicitária ou não:

- I – formular preço para pagamento a prazo idêntico ao pagamento à vista;
- II – fazer referência a crédito “sem juros”, “gratuito”, “sem acréscimo”, com “taxa zero” ou expressão de sentido ou entendimento semelhante;
- III – indicar que uma operação de crédito poderá ser concluída sem consulta a serviços de proteção ao crédito ou sem avaliação da situação financeira do consumidor;
- IV – ocultar, por qualquer forma, os ônus e riscos da contratação do crédito, dificultar sua compreensão ou estimular o endividamento do consumidor, em especial se idoso ou adolescente.

§ 5º O disposto nos incisos I e II do § 4º deste artigo não se aplica ao fornecimento de produtos ou serviços para pagamento do preço no cartão de crédito em parcela única”

Art.54 - C Sem prejuízo do disposto no art. 46, no fornecimento de crédito, previamente à contratação, o fornecedor ou o intermediário devem, entre outras condutas:

I – esclarecer, aconselhar e advertir adequadamente o consumidor sobre a natureza e a modalidade do crédito oferecido, assim como sobre as consequências genéricas e específicas do inadimplemento;

II – avaliar de forma responsável e leal as condições do consumidor de pagar a dívida contratada, mediante solicitação da documentação necessária e das informações disponíveis em bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados;

III – informar a identidade do agente financiador e entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados uma cópia do contrato de crédito.

§ 1º A prova do cumprimento dos deveres previstos neste Código incumbe ao fornecedor e ao intermediário do crédito.

§ 2º O descumprimento de qualquer dos deveres previstos no *caput* deste artigo, no art. 52 e no art. 54-B, acarreta a inexigibilidade ou a redução dos juros, encargos, ou qualquer acréscimo ao principal, conforme a gravidade da conduta do fornecedor e as possibilidades financeiras do consumidor, sem prejuízo de outras sanções e da indenização por perdas e danos, patrimoniais e morais, ao consumidor.

“Art. 54-D Nos contratos em que o modo de pagamento da dívida envolva autorização prévia do consumidor pessoa física para débito direto em conta bancária oriundo de outorga de crédito ou financiamento, consignação em folha de pagamento ou qualquer forma que implique cessão ou reserva de parte de sua remuneração, a soma das parcelas reservadas para pagamento de dívidas não poderá ser superior a trinta por cento da sua remuneração mensal líquida, para preservar o mínimo existencial.

§ 1º Exclui-se da aplicação do *caput* o débito em conta bancária de dívidas oriundas do uso de cartão de crédito para pagamento do preço em parcela única

§ 2º O descumprimento do disposto neste artigo dá causa imediata ao dever de revisão do contrato ou sua renegociação, hipótese em que o juiz poderá adotar, entre outras, as seguintes medidas:

I – dilação do prazo de pagamento previsto no contrato original de modo a adequá-lo ao disposto no *caput* deste artigo, sem acréscimo nas obrigações do consumidor;

II – redução dos encargos da dívida e da remuneração do fornecedor,

III – constituição, consolidação ou substituição de garantias.

§ 3º O consumidor poderá, em sete dias, desistir da contratação de crédito consignado de que trata o *caput* deste artigo, a contar da data da celebração ou do recebimento de cópia do contrato, sem necessidade de indicar o motivo.

§ 4º Para o exercício do direito a que se refere o § 3º deste artigo, o consumidor deve:

I – remeter, no prazo do § 3º deste artigo, o formulário ao fornecedor ou intermediário do crédito, por carta ou qualquer outro meio de comunicação, inclusive eletrônico, com registro de envio e recebimento;

II – devolver ao fornecedor o valor que lhe foi entregue, acrescido dos eventuais juros incidentes até a data da efetiva devolução, no prazo de sete dias após ter notificado o fornecedor do arrependimento, caso o consumidor tenha sido informado, previamente, sobre a forma de devolução dos valores.

§ 5º O fornecedor facilitará o exercício do direito previsto no § 3º deste artigo, mediante disponibilização de formulário de fácil preenchimento pelo consumidor, em meio físico preenchimento pelo consumidor, em meio físico ou eletrônico, anexo ao contrato e com todos os dados relativos à identificação do fornecedor e do contrato, assim como a forma para a devolução das quantias em caso de arrependimento e endereço eletrônico.

§ 6º O disposto neste artigo não prejudica o direito de liquidação antecipada do débito.

§ 7º Para efeito do disposto neste artigo, o nível de endividamento do consumidor poderá ser aferido, entre outros meios, mediante informações fornecidas por ele, consulta a cadastros de consumo e bancos de dados de proteção ao crédito, observado o disposto neste Código e na legislação sobre proteção de dados.

§ 8º O disposto no § 2º deste artigo não se aplica quando o consumidor houver apresentado informações incorretas e o fornecedor não puder apurá-las por outros meios.

Art.54 - E São conexos, coligados ou interdependentes, entre outros, o contrato principal de fornecimento de produtos e serviços e os acessórios de crédito que lhe garantam o financiamento, quando o fornecedor de crédito:

I – recorre aos serviços do fornecedor de produto ou serviço para a conclusão ou a preparação do contrato de crédito;

II – oferece o crédito no local da atividade empresarial do fornecedor do produto ou serviço financiado ou onde o contrato principal foi celebrado;

III – menciona no contrato de crédito especificamente o produto ou serviço financiado, a constituir uma unidade econômica, em especial quando este lhe serve de garantia.

§ 1º O exercício dos direitos de arrependimento previstos neste Código, seja no contrato principal ou no de crédito, implica a resolução de pleno direito do contrato que lhe seja conexo.

§ 2º Nos casos dos incisos I a III do *caput*, havendo a inexecução de qualquer das obrigações e deveres do fornecedor de produtos ou serviços, o consumidor poderá invocar em juízo, contra o fornecedor do crédito, a exceção de contrato não cumprido.

§ 3º O direito previsto no § 2º deste artigo caberá igualmente ao consumidor:

I – contra o portador de cheque pós-datado, emitido para aquisição de produto ou serviço a prazo;

II – contra o administrador ou emitente de cartão de crédito ou similar, salvo na hipótese em que tenha sido utilizado exclusivamente como meio de pagamento à vista.

§ 4º A invalidade ou a ineficácia do contrato principal implicará, de pleno direito, a do contrato de crédito que lhe seja conexo, nos termos do *caput* deste artigo, ressalvado ao fornecedor do crédito o direito de obter do fornecedor do produto ou serviço a devolução dos valores pagos, inclusive relativamente a tributos.

§ 5º Nos casos dos incisos I a III do *caput*, havendo vício do produto ou serviço, a responsabilidade do fornecedor de crédito será subsidiária no limite do valor do financiamento, sem prejuízo do disposto no § 2º e do direito de regresso.

Art.54 - F Sem prejuízo do disposto no art. 39 deste Código e da legislação aplicável à matéria, é vedado ao fornecedor de produtos e serviços que envolvam crédito, entre outras condutas:

I – realizar ou proceder à cobrança ou ao débito em conta de qualquer quantia que houver sido contestada pelo consumidor em compras realizadas com cartão de crédito ou meio similar, enquanto não for adequadamente a controvérsia, desde que o consumidor haja notificado a administradora do cartão com antecedência de pelo menos três dias da data de vencimento da fatura, vedada a manutenção do valor na fatura seguinte;

II – recusar ou não entregar ao consumidor, ao garante e a outros coobrigados cópia da minuta do contrato principal de consumo ou do de crédito em papel ou outro suporte duradouro, disponível e cessível e, após a conclusão, cópia do contrato;

III – impedir ou dificultar, em caso de utilização fraudulenta do cartão de crédito ou meio similar, que consumidor peça e obtenha a anulação ou imediato bloqueio do pagamento ou ainda a restituição dos valores indevidamente recebidos;

IV – assediar ou pressionar o consumidor, principalmente se idoso, analfabeto, doente ou em estado de vulnerabilidade agravada, para contratar o fornecimento de produto, serviço ou crédito, em especial à distância, por meio eletrônico ou por telefone, ou se envolver prêmio;

V – condicionar o atendimento de pretensões do consumidor ou o início de tratativas à renúncia ou à desistência relativas a demandas judiciais.

Parágrafo único. Sem prejuízo do dever de informação e esclarecimento do consumidor e de entrega da minuta do contrato, no empréstimo cuja liquidação seja feita mediante consignação em folha de pagamento, a formalização e a entrega do instrumento de contratação ocorrerão após o fornecedor do crédito obter da fonte pagadora a indicação sobre a existência de margem consignável.

Art.54 - G Sem prejuízo do disposto no art.51 e da legislação aplicável à matéria, são também absolutamente nulas e assim devem ser declaradas de ofício, pela Administração Pública e pelo Poder Judiciário, em qualquer grau de jurisdição, garantindo o contraditório, as cláusulas contratuais, entre outras, que:

I – de qualquer forma condicionam ou limitam o acesso aos órgãos do Poder Judiciário;

II – imponham ou tenham como efeito a renúncia à impenhorabilidade do bem de família do consumidor ou do fiador;

III – estabeleçam prazos de carência na prestação ou fornecimento de serviços ou produtos, em caso de impontualidade das prestações mensais, ou impeçam o restabelecimento integral dos direitos do consumidor e seus meios de pagamento, a partir da purgação da mora ou do acordo com os credores, observado o disposto no art.104-A, § 3º, inciso III;

IV – considerem o simples silêncio do consumidor como aceitação dos valores cobrados, em especial nos contratos bancários, financeiros, securitários, de cartões de crédito ou de crédito em geral, das informações prestadas nos extratos, de modificação de índice ou de alteração contratual;

V – estabeleçam, no contrato de compra e venda de imóvel, a incidência de juros da entrega das chaves;

VI – proíbam ou dificultem a revogação, pelo consumidor, da autorização, de consignação ou débito em conta;

VII – prevejam a aplicação de lei estrangeira que limite, total ou parcialmente, a proteção assegurada por este Código ao consumidor domiciliado no Brasil.

Parágrafo único. O disposto no inciso VI deste artigo somente se aplica ao crédito consignado autorizado em lei se houver descumprimento, pelo fornecedor dos direitos previstos neste Código, de requisitos legais previstos para a contratação ou violação do princípio da boa-fé.

“CAPITULO V

DA CONCILIAÇÃO NO SUPERENDIVIDAMENTO

Art.104 – A. A requerimento do consumidor superendividado pessoa física, o juiz poderá instaurar processo de repactuação de dívidas, visando à realização de audiência conciliatória, presidida por ele ou por conciliador credenciado no juízo, com a presença de todos os credores, em que o consumidor apresentará proposta de plano de pagamento com prazo máximo de cinco anos, preservado o mínimo existencial.

§ 1º Entende-se por superendividamento o comprometimento de mais de trinta por cento da renda líquida mensal do consumidor com o pagamento do conjunto de suas dívidas não profissionais, exigíveis e vincendas, excluído o financiamento para a aquisição de casa para a moradia, e desde que inexistentes bens livres e suficientes para liquidação do total do passivo.

§ 2º O não comparecimento injustificado de qualquer credor, ou de seu procurador com poderes especiais e plenos para transigir, à audiência de conciliação de que trata o *caput* deste artigo acarretará a suspensão da exigibilidade do débito e a interrupção dos encargos da mora.

§ 3º No caso de conciliação, com qualquer credor, a sentença judicial que homologar o acordo descreverá o plano de pagamento da dívida, tendo eficácia de título executivo e força de coisa julgada.

§ 4º Constará do plano de pagamento:

I – referência quando à suspensão ou extinção das ações judiciais em curso;

II – data a partir da qual será providenciada exclusão do consumidor de bancos de dados e cadastrados de inadimplentes;

III – condicionamento de seus efeitos à abstenção, pelo consumidor, de condutas que importem no agravamento de sua situação de superendividamento.

§ 5º O pedido do consumidor a que se refere o *caput* deste artigo não importa em declaração de insolvência civil e poderá ser repetido somente após decorrido o prazo de dois anos, contados da liquidação das obrigações previstas no plano de pagamento homologado, sem prejuízo de eventual repactuação.

Art. 2º O art. 96 da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003 (Estatuto do Idoso), passa a vigorar acrescido do § 3º, com a seguinte redação:

Art. 96.....
.....

§ 3º Não constitui crime a negativa de crédito motivada por superendividamento do idoso. (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor na data da sua publicação.

Parágrafo único. A validade dos negócios e demais atos jurídicos de crédito em curso, constituídos antes da entrada em vigor desta lei, obedece ao disposto no regime anterior, mas os seus efeitos produzidos após a sua vigência aos preceitos dela se subordinam.