

OABRJ

Defesa do Consumidor

4ª Edição



Valorizando e aperfeiçoando a advocacia

Cartilha Defesa do Consumidor

Rio de Janeiro - 2019

4ª edição

OABRJ

Proibida a reprodução total ou parcial deste livro, seja qual for o meio, eletrônico ou mecânico, sem a permissão expressa da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/RJ.

Texto e Revisão

Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/RJ
Av. Marechal Câmara, 150/7º andar – Castelo
CEP: 20020-080 – Rio de Janeiro – RJ
Tels.: 2272.2053/2272.2054
E-mail: cdc@oabrj.org.br
Site: www.oab-rj.org.br

Agradecimentos

Aos defensores públicos do NUDECON (Núcleo de Defesa do Consumidor da Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro).

Coordenação e relatoria da revisão/2019

Débora Batista Martins
OAB/RJ (Triênio 2019/2021)
Presidente
Luciano Bandeira Arantes

Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/RJ
Eduardo Abreu Biondi - Presidente
Bruno Leite de Almeida - Vice-Presidente
Tarciso Gomes de Amorim - Secretário-Geral

Membros

Alberto Antonio Nascimento Junior
Alex Motta Cardoso
Alexandre Menezes Teixeira Aguilár
Alexandre Varella Pires da Silva
Ana Flávia de Pinho Moreira
Ana Luisa de Azevedo Rocha Guimarães
Ana Paula Alvarenga de Andrade
Ana Roberta de Souza Nogueira
André Luis Siqueira Proença Silva
Andrea Zuany Silva
Angela Dias Mendes
Antônio Carlos Marques Fernandes
Antonio Carlos Sodré Dias
Betina Longaray Delamare
Bianca Ferreira Lourenço do Valle
Bianca Kenia Alves Vianna Rebello da Lage
Bianca Pereira Caetano
Bruno Reis Couto
Carlos Alberto Dias Sobral Pinto
Carlos Eduardo Neves Kebian
Carlos Leno Rodrigues Sarmento
Carlos Othoniel Guedes Pereira Botelho
Carolina Araújo Miraglia de Andrade
Cassia Regina dos Santos
Cátia Cristina Ribeiro Vita
Cláudia Citro Silveira Ferraz
Cristiane Marques Cepeda do Prado
Cristiane Siqueira Gonçalves
Daniel Amorim Teixeira
Daniella Machado da Silva
Danielle Fabrícia de Matos Silva
Danielle Rethchenga Cardoso Lucenti
Débora Batista Martins
Diogo de Souza e Mello
Djenane Cabral Leite
Elisabeth Baraúna da Conceição Filha
Elton de Andrade Gomes
Fabiane Araújo do Nascimento
Fábio Sampaio Ferreira
Felipe Cunha Antero de Carvalho
Fernando Lúcio Esteves de Magalhães
Flávia Viana de Melo Duarte
Francisco Lima Possas
Heloísa Helena Silva dos Santos Mascarenhas
Isabela Saleme
Jardel Gonçalves
Jeferson Barros de Oliveira

Jéssica Silva de Oliveira
João Alexandre Abdalla Gouvêa
João Renato Lima Paulon
Júlio Cesar Guimarães Soares
Larissa de Paula Freitas Galdeano François
Lilian Reys Bellucco
Marcelo Junqueira Calixto
Marcelo Oliveira Câmara
Marina Alvarez de Mello Buarque Ribeiro
Mauro Guimarães Fernandes
Mirian Pelegrino
Morgana Paiva Valim
Natalia Nascimento Fusco
Paula Caroline Moraes Sepúlveda
Plínio Lacerda Martins
Renata Ruback dos Santos
Renato de Araújo Cid Santa Rita
Ricardo Elias Monteiro
Ricardo Henrique da Mota Faia
Ricardo Luis Fontes Alves
Roberto Cardoso Pontes de Miranda Filho
Rogério William Barboza de Oliveira
Sandro Moura Gottgtroy Lopes
Sergio Ives Wegbrayt
Sérgio Santos Herdina
Sheila Pereira Furtado da Costa
Sônia Carvalho de Souza
Sylvia Melgaço Dias
Sullivan Nunes da Silveira Peixoto
Thiago Loyola Crespo
Tiago Keity de Souza Hatakeyama
Vanessa Medeiros Porcher Vieira
Vicente Oliveira Santos de Castro
Vinicius Deserto Nascimento
Vinicius Ramos Rigotti
Vitor Ramos Parreiras Horta
William Lima Rocha

SUMÁRIO

1. PALAVRA DO PRESIDENTE
2. APRESENTAÇÃO
3. CONCEITOS IMPORTANTES
4. COMO SER UM BOM CONSUMIDOR
5. DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR
 - 5.1. PROTEÇÃO DA VIDA, SAÚDE, E SEGURANÇA DO CONSUMIDOR
 - 5.2. INFORMAÇÃO ADEQUADA
 - 5.3. PROTEÇÃO CONTRA PUBLICIDADE ENGANOSA
 - 5.4. PROTEÇÃO CONTRA PUBLICIDADE ABUSIVA
 - 5.5. PROTEÇÃO CONTRATUAL
 - 5.6. MODIFICAÇÃO DAS CLÁUSULAS CONTRATUAIS EXCESSIVAMENTE ONEROSAS
 - 5.7. PREVENÇÃO E REPARAÇÃO DE DANOS PATRIMONIAIS E MORAIS, INDIVIDUAIS, COLETIVOS E DIFUSOS
 - 5.8. FACILITAÇÃO DA DEFESA DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR
 - 5.9. SERVIÇOS PÚBLICOS ESSENCIAIS
6. CUMPRIMENTO DA OFERTA
7. COBRANÇA ABUSIVA
8. PRAZOS PARA RECLAMAR
9. CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO
10. "COMÉRCIO ELETRÔNICO" - DAS COMPRAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS PELA INTERNET.
 - 10.1. COMPRAS COLETIVAS PELA INTERNET
11. COMO RECLAMAR SEUS DIREITOS
12. ONDE RECLAMAR
13. FAÇA USO DE SEUS DIREITOS

1. PALAVRA DO PRESIDENTE

O projeto dessa cartilha é mais uma atualização que a OAB-RJ, através da prestigiosa Comissão de Defesa do Consumidor, apresenta aos consumidores.

A cartilha foi mais uma vez atualizada, se mostra igualmente de forma didática e de fácil compreensão, com conceitos básicos necessários ao entendimento. No site da OAB/RJ encontra-se disponibilizada uma formatação eletrônica que facilita o acesso dos Advogados e de toda a população.

Novamente a presente edição nos brinda com princípios e comandos normativos do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, com temas atuais e constitui um importante instrumento de defesa e de exigência aos direitos básicos do consumidor.

Façam bom uso!

Luciano Bandeira Arantes
(Presidente da OAB/RJ)

2. APRESENTAÇÃO

No exercício de suas atribuições a Comissão Defesa do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil – Seção do Estado do Rio de Janeiro promoveu essa cartilha com o intuito de facilitar a compreensão de todo cidadão sobre seus direitos enquanto consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8078 de 11 de setembro de 1990) é uma lei de ordem pública e a sua aplicação é obrigatória em todo território nacional. A sua criação foi determinada pela Constituição da República de 1988. É composta por normas que regulam as relações de consumo em nosso país, estabelecendo direitos e obrigações para os consumidores e fornecedores, reconhecendo, ainda, a fragilidade do consumidor frente aos fornecedores de produtos e serviços.

Em vigor no Brasil desde 11 de março de 1991, o Código de Defesa do Consumidor representa uma ação efetiva do Estado, revelando um grande esforço legislativo.

Este manual tem o propósito de informar, educar e empoderar os consumidores através do conhecimento da legislação consumerista, pois há em seu texto, didaticamente, o objetivo de passar uma linguagem simples e de fácil entendimento para que os consumidores sejam informados de seus direitos e obrigações.

Nesta cartilha procurou-se também abordar de forma bastante simples diversas situações, dicas, sugestões e alertas aos consumidores, representando mais um impulso na consolidação das relações democráticas econômicas e no exercício da cidadania.

3. CONCEITOS IMPORTANTES

Consumidor - é toda pessoa física ou jurídica vulnerável, ou seja, que se encontra em situação notoriamente fragilizada numa relação de consumo em que o fornecedor detém todos os conhecimentos do produto.

Vulnerabilidade - é uma característica do consumidor, um estado deste sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção para aquele que não tem acesso ao sistema produtivo, nem tem condições de conhecer seu funcionamento e obter informações sobre os produtos e serviços oferecidos.

Fornecedor - é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, que desempenha atividade com habitualidade de produção, criação, construção, importação, distribuição ou comercialização de produtos ou serviços colocados no mercado de consumo, mediante remuneração direta ou indireta.

Produto - é qualquer bem, móvel (ex.: televisão) ou imóvel (ex.: apartamento), material (ex.: aparelho telefônico) ou imaterial (ex.: programa de computador), ou seja, são os bens da vida colocados no mercado de consumo.

Bem durável - é aquele que não se extingue com o uso.
Ex.: carro, geladeira, casa, etc.

Bem não durável - é aquele que se extingue com o uso.
Ex.: alimentação, bebida, etc.

Serviço - é aquela atividade fornecida no mercado de consumo, via de regra, essencial à existência digna dos consumidores.

Serviço Público - é aquele serviço prestado pela administração pública de forma direta (ex.: Saúde e Segurança Pública), ou indireta (ex.: Cia. de energia elétrica e gás). Todavia, apenas o serviço público mediante uma contraprestação (taxa ou tarifa) direta do consumidor é amparado pelo CDC - Lei nº 8.078/90.

Relação de Consumo - é aquela relação existente entre o consumidor (aquele que adquire um produto ou serviço) e o fornecedor (aquele que fornece um produto ou serviço ao mercado de consumo).

Publicidade enganosa - é aquela que, através de sua veiculação, é capaz de induzir o consumidor em erro. Também pode ocorrer a publicidade enganosa por omissão, que é aquela que deixa de informar algum dado essencial do produto ou serviço ao consumidor.

Publicidade abusiva – é aquela discriminatória de qualquer natureza e que não respeita valores morais da sociedade, incita à violência, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, e ainda, que pode fazer com que o consumidor se comporte de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança.

Contrato de consumo – é a relação econômica criada através da oferta no mercado e interesse do consumidor que levam ao acordo de vontades entre partes com o fim de adquirir produtos ou serviços.

Contrato de adesão – é aquele cujas cláusulas foram aprovadas unilateralmente pelo fornecedor, sem que o consumidor tivesse a oportunidade de poder discutir ou modificar substancialmente o seu conteúdo.

Produto ou Serviço com defeito – é aquele que está relacionado com a insegurança do consumidor, capaz de ensejar um acidente de consumo (ex.: forno que ao ligar explode, acidente causado por troca de pneus sem parafuso).

Produto ou Serviço com Vício – é aquele que está relacionado à mera inadequação do produto ou serviço ao fim a que se destina, sujeito a assistência técnica para reparo em 30 dias (ex.: forno que não liga, troca de pneus faltando um parafuso).

Vício oculto (não aparente) – é aquele decorrente de própria fabricação e não do desgaste natural do produto ou serviço (ex.: ar condicionado com vazamento de gás no compressor – serpentina de alumínio).

Venda casada – é aquela prática abusiva que obriga o consumidor a adquirir um produto ou serviço, juntamente com o fornecimento de outro produto ou serviço.

Consumerismo – é um movimento social com atitude oposta ao consumo impulsivo e que se caracteriza por um consumo racional, controlado e responsável.

Superendividamento – é a insuficiência de recursos econômicos de um consumidor para cumprir suas obrigações financeiras, cujo resultado é um aumento de suas dívidas frente aos seus rendimentos.

Comércio Eletrônico - entende-se por Comércio Eletrônico - "e-commerce" - aquela relação de consumo realizada por meio de um ambiente virtual (internet)

4. COMO SER UM BOM CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor é um conjunto estruturado de normas de ordem pública e interesse social e está dividido, basicamente, em uma parte geral com conceitos, princípios e direitos básicos (art. 1º ao 7º), e outra com regras específicas sobre variados instrumentos e institutos, contemplando disciplinas do Direito Constitucional, Direito Civil, Direito Processual Civil, Direito Penal, Direito Processual Penal e Direito Administrativo, com o objeto de viabilizar e proteger os direitos do consumidor, sendo importante observar algumas dicas na hora de consumir:

- a) evite o consumismo, ou seja, evite adquirir produtos ou serviços sem antes analisar sua real necessidade;
- b) planeje os gastos dentro de seu próprio orçamento;
- c) não assuma dívidas ou obrigações que não consiga cumprir, quiçá em nome de terceiros;
- d) pesquise sempre em mais de um estabelecimento acerca dos melhores preços, condições de pagamento, garantia e melhores marcas de produtos;
- e) busque negociar preços sem constrangimentos;
- f) analise, entenda e preste atenção na qualidade dos produtos ou serviços que venha a adquirir;
- g) evite comprar por impulso, pela propaganda, publicidade ou por estratégias de marketing dos vendedores;
- h) busque obter informações junto aos órgãos de defesa do consumidor (Procon, Defensoria Pública, Ministério Público) parentes e amigos sobre os fornecedores, e ainda, acerca da qualidade e durabilidade dos produtos ou serviços que pretende adquirir.

5. DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

5.1. Proteção da vida, saúde e segurança do consumidor.

O Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.078/90 inicialmente se preocupou com a proteção da vida, saúde e segurança dos consumidores contra produtos e serviços perigosos ou nocivos. Produtos perigosos por natureza como, por exemplo, materiais de limpeza, devem ser acompanhados por impressos próprios que tragam todas as informações necessárias sobre seu uso, composição, antídoto e toxicidade.

Se depois que o produto for colocado à venda o fornecedor tiver conhecimento de seu perigo, deverá obrigatoriamente comunicar às autoridades competentes e aos consumidores, através de anúncios publicitários em rádio, TV e jornal de grande circulação. O não cumprimento a esta imposição do CDC configura crime com pena de detenção de 6 (seis) meses a 2 (dois) anos e multa.

5.2. Informação adequada

Outro direito básico do consumidor é aquele de ser informado adequadamente acerca do que está consumindo e obter informações claras sobre os diferentes produtos e serviços (ex.: informações verdadeiras, corretas, de fácil compreensão, necessárias, úteis, de fácil visualização e em Língua Portuguesa).

A obrigatoriedade das informações detalhadas também é válida para os produtos nacionais e importados.

É necessário também que o fornecedor informe o que é o serviço ou produto, o que faz, para que serve, que material contém, quanto custa à vista e prazo, qual a forma de pagamento, as taxas de juros, o tempo de garantia, a data de fabricação, o prazo de validade, o nome do fabricante, o nome do importador e o endereço.

Ademais, deve o fornecedor informar aos consumidores sobre a quantidade, características, composição e riscos que porventura o produto apresente.

5.3. Proteção contra publicidade enganosa

A publicação enganosa pode ocorrer por omissão, ou seja, quando o anunciante omite dados relevantes sobre o que está sendo ofertado, pois se o consumidor soubesse sobre esta informação, poderia ter optado em não comprar o produto ou não contratar o serviço.

E também a publicidade por ser enganosa por trazer uma falsa informação, que é aquela pela qual o fornecedor afirma algo que não é verdadeiro, ou seja, atribuindo mais qualidades ao produto ou ao serviço do que ele realmente possui ou afirmando algum tipo de utilidade que o produto não possui.

A publicidade enganosa influencia na capacidade errada de decisão do consumidor, uma vez que se estivesse devidamente informado, talvez não adquirisse aquilo que foi ofertado.

5.4. Proteção contra publicidade abusiva

A publicidade abusiva é aquela considerada como discriminatória de qualquer natureza, que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança. Em todas essas espécies há ofensa aos valores morais de uma sociedade.

5.5. Proteção contratual

O Código de Defesa do Consumidor garante a igualdade nas contratações, possibilitando modificação ou supressão de cláusulas contratuais desproporcionais, que provoquem desequilíbrio entre o consumidor e o fornecedor, devendo o consumidor ter acesso prévio ao conteúdo do contrato, ou seja, antes da assinatura, devendo às cláusulas serem interpretadas de forma mais favorável ao consumidor e as cláusulas que imponham penalidade ou desvantagem ao consumidor serem escritas de forma clara e em destaque do restante do contrato.

O contrato deve ser elaborado obrigatoriamente em linguagem de fácil compreensão e destacando cláusulas que eventualmente possam limitar os direitos do consumidor.

5.6. Proteção às cláusulas contratuais abusivas

O Código de Defesa do Consumidor garante o equilíbrio dos direitos e obrigações na assinatura de qualquer contrato, não permitindo as cláusulas que:

- a) diminuam a responsabilidade do fornecedor no caso de defeito ou dano ao consumidor;
- b) proíbam o consumidor de devolver o produto ou reaver a quantia já paga quando o produto ou o serviço apresentarem defeito;
- c) transfiram obrigações para terceiros, além do fornecedor e do consumidor;
- d) coloquem o consumidor em desvantagem exagerada;
- e) estabeleçam obrigatoriedade somente para o consumidor apresentar provas no processo judicial;
- f) obriguem o consumidor a autorizar outra pessoa a contratar ou acordar em seu nome;
- g) possibilitem ao fornecedor não cumprir sua obrigação e exige o cumprimento forçado da obrigação do consumidor;
- h) autorizem o fornecedor a mudar o preço depois da contratação sem concordância do consumidor;
- i) proíbam o consumidor de recorrer diretamente a um órgão de proteção ao consumidor ou à justiça, sem antes recorrer ao próprio fornecedor ou a quem ele determinar;
- k) possibilitem ao fornecedor modificar qualquer parte do contrato, sem manifestação do consumidor;
- l) infrinjam ou possibilitem ao fornecedor ou consumidor violar normas ambientais.

Desta forma é fundamental que o consumidor leia atentamente os termos do contrato e ao encontrar alguma cláusula que não esteja de acordo, exija sua alteração ou exclusão. Em caso de dúvida, o consumidor deve levar o contrato ao órgão de defesa do consumidor para obter esclarecimentos sobre o conteúdo contratual. Se o consumidor preferir, poderá procurar advogado de sua confiança ou a assistência judiciária gratuita do Estado através da Defensoria pública.

5.7. Prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais

Os defeitos ou informações inadequadas sobre a forma de utilizar produtos e serviços podem causar danos ao consumidor, como acidentes que causem lesões físicas ou psicológicas no consumidor.

Neste caso, o Código de Defesa do Consumidor adotou o chamado fato do serviço ou do produto. Exemplos:

- ferro de passar que após curto circuito causa um incêndio;
- tênis que ocasiona dores na coluna;
- serviço de pintura que intoxica o consumidor;
- produto ou serviço com falta de informação que causa constrangimento ao consumidor.

Sempre que um produto ou serviço causar acidente serão responsabilizados:

- 1º - o fabricante;
- 2º - O produtor;
- 3º - O construtor;
- 4º - O importador;

O comerciante será igualmente responsável pelo defeito quando não for possível identificar o fabricante, o produtor, o construtor ou o importador.

Ao constatar-se um defeito no produto ou no serviço deve-se reclamar imediatamente junto ao fornecedor e buscar a respectiva reparação. Exemplos:

a) Alimentos – fraude no peso, quantidade ou volume, armazenamento, venda casada, problemas nas embalagens, má conservação e apresentação;

b) Saúde – mau atendimento em hospitais, clínicas, laboratórios, consultórios médicos e dentários, produtos de limpeza e cosméticos vencidos, sem data de validade, sem registro ou que não esclareçam sobre possíveis perigos, medicamentos vencidos, sem data de validade, sem registro ou que não esclareçam sobre as doenças ou problemas a que se destinam possíveis perigos e contra indicações;

c) Serviços – problemas de qualidade e pagamento, assistência técnica, profissional autônomo, lavanderias, vendas por telefone, reembolso postal ou internet, serviços públicos, agências de viagem, escolas, propaganda enganosa ou abusiva, recusa em fornecer recibos de pagamento, imposição de cadastro a quem se disponha a pagar à vista, sem justo motivo;

d) Produtos – má qualidade e falta de segurança nos eletrodomésticos, veículos, brinquedos e outros, falta de peças para reposição, problemas na embalagem, falta de assistência técnica qualificada, instruções de uso imprecisas;

e) Habitação – cobrança de valores não previstos nas escrituras e contratos, não acabamento ou má qualidade na construção;

f) Assuntos financeiros – problemas com compras a prazo, cartões de crédito, carnês de sorteio, bancos, consórcios, etc.

5.8. Facilitação da defesa dos direitos do consumidores

É garantido ao consumidor, como direito básico, a inversão do ônus da prova, ou seja, a possibilidade do juiz considerar verdadeiros os atos alegados pelo consumidor e exigir que o fornecedor faça prova contrária a estas alegações.

Em regra, quem alega tem que provar em juízo suas alegações. Todavia, a facilitação da defesa do consumidor prevista no Código de Defesa do Consumidor permite que o ônus de tal prova seja do fornecedor, obrigando-o a fazer prova contrária as alegações do consumidor.

5.9. Serviços públicos essenciais

O consumidor tem direito à prestação de serviços públicos essenciais, tais como prestação do serviço de fornecimento de água, luz, telefone e gás. Ainda que prestados por empresas particulares, concessionárias ou permissionárias, são necessários ao bem-estar da população e devem possuir as seguintes características:

- a) permanência ou continuidade;
- b) igualdade na prestação para todos os usuários;
- c) eficiência que se traduz na busca constante de atualização;

d) modicidade, ou seja, o estabelecimento de tarifas baseadas em remuneração razoável da concessionária;

e) cortesia no atendimento à população.

Nesse contexto, tem-se que a interrupção do serviço poderá ocorrer por falta de pagamento, pois as concessionárias não são obrigadas a fornecer um produto ou um serviço para consumidor inadimplente, ou seja, que deixa de pagar pelo serviço oferecido. Entretanto, existe a obrigatoriedade do aviso prévio ao consumidor que está inadimplente, comunicando-lhe da possibilidade de suspensão do serviço com o intuito de conceder um prazo para regularização do pagamento devido pela prestação do serviço.

6. Cumprimento da Oferta

A oferta é o ato de disponibilizar e colocar em circulação um produto ou serviço no mercado de consumo e ao alcance do consumidor.

Toda oferta deve ser cumprida nos exatos termos em que foi exposta ao consumidor, respeitar o princípio da boa-fé, de forma clara, suficientemente precisa, veiculada por qualquer meio de comunicação e integra o contrato que vier a ser celebrado em respeito ao princípio de vinculação.

7. Cobrança Abusiva

Toda cobrança decorre do direito do credor em receber o pagamento da dívida do devedor.

No entanto, na cobrança de débito, o consumidor devedor não poderá sofrer constrangimentos ou qualquer tipo de ameaça, sob pena de caracterizado crime com pena de detenção de três meses e um ano e multa, além das sanções administrativas.

8. Prazos para reclamar

O Código de Defesa do Consumidor dispõe também sobre o prazo para o consumidor reclamar de todos os problemas tanto os de fácil constatação como os de constatação mais complexa ou demorada, dos produtos ou dos serviços, chamando-se este prazo de garantia legal, onde o prazo do consumidor começa a contar assim que o produto ou serviço é recebido:

a) 30 dias para produtos e serviços não duráveis (medicação, alimentação, serviços autônomos como de lavanderia, etc).

b) 90 dias para produtos e serviços duráveis (mobiliário, eletrônicos, veículos ou conserto de produtos e etc).

No caso de defeito oculto tanto do serviço como do produto, esse prazo começa a contar a partir do momento em que o problema se manifeste. Reclamar quando o produto apresenta um defeito dentro do prazo de garantia oferecido pela lei, significa dar ao fornecedor a oportunidade de solucionar o problema, de sanar o defeito, sem nenhum custo para o consumidor.

No entanto, se depois de 30 dias, o fornecedor não apresentar solução para o problema, fica facultado ao consumidor as seguintes alternativas:

1º) No caso de produto a substituição por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso ou, ainda, por produto de espécie, marca ou modelo diferente, desde que haja a complementação ou restituição de eventual diferença do valor. No caso do serviço, a reexecução do serviço, sem custo adicional;

2º) A restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos, dos produtos e serviços pagos;

3º) O desconto no preço, proporcional ao defeito ou dano no produto ou serviço.

9. CONSUMIDOR SUPERENDIVIDADO

A sociedade consumerista tem se caracterizado pelo fornecimento irresponsável e desenfreado de crédito ao consumidor.

A publicidade, o marketing e os meios de comunicação de massa têm sido instrumentos utilizados pelos fornecedores para convencer o consumidor que acaba por não resistir às propagandas estimuladoras de consumo.

Este fato, dentre outros, tem levado muitos consumidores à falência, eis que gastam mais do que podem e sem contar que às vezes são surpreendidos com situações inesperadas e indesejadas, como por exemplo, doença, morte, divórcios, nascimento de filho, desemprego.

Isso tudo poderá levar ao superendividamento, que nada mais é do que, a pessoa física de boa-fé que possui dívidas não profissionais maiores que a renda e que precisa de ajuda para reconstruir sua vida financeira.

Há superendividamento também quando o consumidor mesmo com dificuldades de cumprir com seus compromissos, ainda assim o faz, mesmo com dificuldades.

O Código de Defesa do Consumidor colocou o consumidor em posição vulnerável e o tornou sujeito de diversos direitos, com o fim de evitar lesões aos seus direitos e facilitação na defesa daqueles já atingidos. Assim, o Código de Defesa do Consumidor previu alguns benefícios ao consumidor: inversão do ônus da prova, a responsabilidade objetiva do fornecedor, possibilidade de ação coletiva, dentre outros.

O consumidor torna-se vulnerável quando o fornecedor impõe sua vontade através dos contratos de adesão que não deixam margem de escolha ao consumidor, assim como a manipulação de preços, assim como na interpretação de cláusulas contratuais e ainda no fato do fornecedor possuir mais vantagem por melhor conhecer o seu produto, manejo e funcionamento.

Por isso o consumidor superendividado, utilizando-se dos benefícios do Código de Defesa do Consumidor deve procurar o judiciário e buscar as conciliações para quitar as suas dívidas de forma que não comprometa toda a sua renda nem comprometa sua subsistência nem de sua família, buscando os benefícios da reorganização de sua vida econômica.

10. DAS COMPRAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS FEITOS EM AMBIENTE VIRTUAL - "COMÉRCIO ELETRÔNICO"

Desde 14 de maio de 2013 passaram a valer as regras do Decreto nº 7.962/2013, que regulamentaram o Código de Defesa do Consumidor.

Entende-se por Comércio Eletrônico - "e-commerce" - aquela relação de consumo que se desenvolve através de ambiente virtual (internet)

Ao consumidor no comércio eletrônico são assegurados os seguintes direitos, dentre outros:

I) A proteção contra as práticas abusivas ou que se prevaleçam da sua fraqueza ou ignorância, bem como contra toda publicidade enganosa ou abusiva;

II) Proteção na publicidade ou comercialização de produtos, tendo em vista fatores que elevam a sua vulnerabilidade, tais como sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, entre outros;

III) Acesso, durante toda relação de consumo, a informações corretas, claras, precisas e ostensivas e em língua portuguesa quando a oferta e publicidade forem assim realizadas;

IV) Acesso prévio às condições gerais de contratação, sem as quais ele não se vincula;

V) Exercício efetivo do direito de arrependimento nos contratos de comércio eletrônico, possibilitando-lhe desistir do contrato firmado no prazo de 7 (sete) dias sem necessidade de justificar o motivo e sem qualquer ônus, nos termos do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor;

VI) Acesso facilitado a informações sobre seus direitos e como exercê-los, em especial no que se refere ao direito de arrependimento;

VII) Facilitação e celeridade do cancelamento de cobrança pela Administradora e/ou Emissor do Cartão, nas hipóteses de descumprimento contratual pelo fornecedor ou não reconhecimento da transação pelo consumidor, com base nas cláusulas contratuais entre fornecedores e na boa-fé das partes.

Os três aspectos principais desta alteração no Código de Defesa do Consumidor são:

1) As informações devem ser claras a respeito do produto, do serviço e do fornecedor;

2) O atendimento deverá ser facilitado ao consumidor;

3) Deve estar assegurado o direito de arrependimento do consumidor. O fornecedor que atua no comércio eletrônico é obrigado ainda a informar em sua página na internet alguns requisitos fundamentais:

a) o nome empresarial e número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ); ou Cadastro Nacional de Pessoas Físicas (CPF);

b) o endereço físico e eletrônico para localização e contato; c) as características essenciais do produto ou do serviço, incluído os riscos à saúde e à segurança dos consumidores;

c) as condições integrais da oferta, incluídas modalidades de pagamento, disponibilidade, forma e prazo da execução do serviço ou da entrega.

d) com relação ao preço, este deverá ser discriminado com quaisquer despesas adicionais ou acessórias, tais como as de entrega ou seguros;

10.1 QUANTO AOS SITES DE COMPRAS COLETIVAS

Os sites de compras coletivas e similares terão de informar também a quantidade mínima de consumidores para a efetivação da oferta, o prazo para utilização da oferta pelo consumidor e a identificação do fornecedor responsável pelo site e do fornecedor do produto ou serviço ofertado, com todos os detalhamentos já mencionados acima.

O direito de arrependimento em até sete dias, estabelecido pelo CDC em seu artigo 49, também foi reforçado pelo Decreto. O fornecedor deverá também informar os meios adequados e eficazes para o exercício desses direitos, pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, e garantir a rescisão de todos os contratos acessórios (*parcelamento no cartão de crédito, seguro de garantia estendida, etc*) sem qualquer ônus ao consumidor.

O Decreto que regula o *e-commerce* obriga as empresas fornecedoras a criar um "serviço de atendimento eletrônico" e estabelece um prazo de até 5 (cinco) dias para que o fornecedor "responda" eventual reclamação sobre os produtos ou serviços, incluindo os casos de dúvidas, informações, suspensão ou cancelamento do contrato.

Nos casos de danos sofridos pelos consumidores, a responsabilidade dos fornecedores será analisada, considerando o *nexo causal* (vínculo) *entre o defeito* do produto ou serviço (na exata medida de como ele foi ofertado), e o dano sofrido.

O princípio do “Dever de Informação” e da “Transparência nas relações de consumo” são deveres dos prestadores de serviços e essa mudança no CDC, reforça exatamente essa proteção.

Pode-se dizer, quanto ao princípio da informação (na sistemática implantada pelo CDC), que o fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto ou do serviço, suas características, riscos, preço, forma de pagamento, qualidade, etc., o que deve ser feito de maneira clara e precisa, não se admitindo qualquer defeito, falha ou omissão.

Já o “princípio da transparência” consagra que o consumidor tem o direito de ser informado sobre todos os aspectos de serviço ou produto exposto ao consumo, traduzindo assim no princípio da informação.

Havendo omissão de informação relevante ao consumidor em cláusula contratual, prevalece a interpretação do artigo 47 do CDC, que dispõe que as cláusulas contratuais deverão ser interpretadas de forma mais favorável ao consumidor.

Cabe registrar que sobre a regulamentação da Internet no Brasil, tramita o projeto de LEI 2.126/2011 que se propõe a estabelecer princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Tal projeto, quando estabelecido e passar a ser Lei, irá certamente trazer novas regras e princípios que serão incorporados aos já existentes na Lei que protege as relações de consumo.

A responsabilidade dos fornecedores de produtos e serviços pela Internet está baseada no reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, nos termos do Código de Defesa do Consumidor.

11. COMO RECLAMAR PELOS DIREITOS VIOLADOS

Para solucionar os problemas decorrentes dos direitos violados, o consumidor deve seguir as seguintes orientações:

1) Inicialmente contatar o fornecedor por escrito, com carta enviada com aviso de recebimento (AR) pelo correio, procurando uma solução alternativa e evitar a judicialização do caso. Tente sempre um acordo, porém se houver demonstração de má-fé por parte do fornecedor em algum momento desta tentativa de solução, desista e busque um atendimento jurídico para dar prosseguimento a sua reclamação.

2 - Procure um dos órgãos de defesa do consumidor e ainda tente uma solução extrajudicial (acordo). As Instituições Públicas de Defesa do Consumidor e as entidades civis ajudam o consumidor orientando ou intermediando a negociação com os fornecedores.

3 - A procura pelo Poder Judiciário é ainda a última alternativa para que seus direitos como consumidor sejam garantidos, onde em alguns casos, isso pode ser realizado por meio dos Juizados Especiais Cíveis (JEC), conhecido antigamente como Juizado de Pequenas Causas, que foram criados com o objetivo de dar soluções ágeis para questões consideradas mais simples, que não dependam de provas complexas como perícias de engenharia, contábeis ou médicas.

O Juizado Especial tem como objetivo simplificar e diminuir o tempo de alguns tipos de processos. A sua competência abrange regiões ou bairros da cidade.

Por isso, o consumidor que desejar acessar o Juizado Especial para solucionar um problema deve procurá-lo no local mais próximo da sua residência. É importante levar originais e cópias da Carteira de Identidade (RG), do CPF (CIC) e do comprovante de residência juntamente com todos os documentos relacionados à questão: notas fiscais, cheque, ordem de serviço, ordem de entrega do produto, folheto de publicidade, contrato, etc.

Caso contrário, recorra à Justiça Comum, assistido por um Advogado.

Se o dano for coletivo, ou seja, atingir todos em geral, ou a um grupo, e pessoas que como você estiver na mesma situação, os órgãos de defesa do consumidor, a Defensoria Pública, o Ministério Público ou as associações de consumidores podem em nome próprio, entrar com uma ação em defesa dos lesados e prejudicados em seus direitos.

12. ENTREGA DE PRODUTOS E SERVIÇOS NO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - RJ

Desde fevereiro de 2014 está em vigor a Lei estadual 6.696/2014 que passa a valer no território do Estado do Rio de Janeiro e que determina que os fornecedores de bens ou serviços, poderão estipular no ato da contratação, o cumprimento das suas obrigações nos turnos da manhã, tarde ou noite. Ou seja, quem irá cumprir a obrigação (o fornecedor/produtor) indicará ao consumidor a opção de turno cujos horários serão aqueles onde será cumprida a obrigação.

No quadro atual, no âmbito do Estado do RJ, o consumidor somente poderá exigir por sua livre escolha o turno, quando a empresa falhar no prazo previamente combinado. Ou seja, quando a obrigação não for cumprida por responsabilidade do fornecedor de bens ou serviços, o mesmo ficará obrigado a reagendar a visita com hora certa (turno), de acordo com o critério escolhido pelo Consumidor.

A referida Lei alterou parcialmente a legislação estadual anterior que tratava da mesma matéria (LEI 3.735/2001), porém manteve a possibilidade de ser aplicada multa pelo seu descumprimento.

Vale destacar a título de informação que existe Projeto de Lei em âmbito nacional, ainda pendente de aprovação, que disciplina que o Consumidor poderá exigir a escolha de turno que melhor lhe convém, independentemente de falha do fornecedor.

Várias empresas já disponibilizam ao consumidor o direito de escolha de turno, o que já é um avanço e demonstra o respeito da mesma pelo consumidor. Porém ainda existem aquelas que sequer oferecem opções de turno, e aquelas que oferecem as opções, porém não cumprem o combinado. Essa LEI válida no Estado do Rio de Janeiro, determina que as empresas tem que oferecer as opções de turno e se não cumprirem o combinado ficam sujeitas à escolha que o consumidor fizer.

13. ONDE RECLAMAR

CDC OAB/RJ - Comissão de Defesa do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil - Seção Rio de Janeiro

Av. Marechal Câmara, 150/7º andar, Castelo - Rio de Janeiro /RJ
CEP: 20.020-080
Telefone: 2272-2053 / 2272-2054
E-mail: cdc@oabrj.org.br
Site: <http://www.oabrj.org.br/comissoes.html>

PROCON RJ - Autarquia de Proteção e Defesa do Consumidor do Estado do Rio de Janeiro

Avenida Rio Branco, nº 25 - 5º andar, Centro - Rio de Janeiro/RJ
CEP 20090-003
Telefone: 2216-8660 / 2216-8632
Central de Atendimento: 151
E-mail: autarquiaprocon@gmail.com e imprensa@procon.rj.gov.br

PROCON CARIOCA - Instituto Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor da Prefeitura do Rio de Janeiro

Rua Maia Lacerda, nº 167 - 3º andar, Estácio - Rio de Janeiro/RJ
Telefone: 2976-6854 / 2976-6853
Central de Atendimento: 1746
Site: <https://www.rio.rj.gov.br/web/proconcarioaca>

**ALERJ - Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro
Comissão Permanente de Defesa dos Direitos do Consumidor**

Rua da Alfândega, nº 8, Centro - Rio de Janeiro/RJ
CEP 20070-000
Telefone: 0800 282 7060
Site: <https://www2.alerj.rj.gov.br/cdc/>

**Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro
NUDECON - Núcleo de Defesa do Consumidor**

Rua São José, nº 35 - 13º andar (Edifício Garagem Menezes Côrtes), Centro - Rio de Janeiro/RJ
CEP: 20010-020
Telefone: 129
E-mail: nudecon@dpge.rj.gov.br

**MPRJ - Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Apoio Operacional das Promotorias de Justiça
de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e
Contribuinte Ouvidoria - MPRJ**

Av. Marechal Câmara, nº 370, Centro - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20.020-080
Site: <http://www.mprj.mp.br/comunicacao/ouvidoria>
Telefone: 127

DECON - Delegacia do Consumidor

Avenida Dom Hélder Câmara, nº 2066, Jacarezinho
Rio de Janeiro/RJ
CEP 21050-452
Telefone: 2582-7362

consumidor.gov.br

Nessa plataforma o consumidor pode se comunicar diretamente com as empresas participantes, que recebem, analisam e respondem, aos consumidores dentro de determinado prazo.



-  OABRJ.ORG.BR
-  [/OABRJ](https://www.facebook.com/OABRJ)
-  [@OABRJ_OFICIAL](https://twitter.com/OABRJ_OFICIAL)
-  [\(21\) 2730-6525](tel:(21)2730-6525)