

UNIVERSIDADE REGIONAL INTEGRADA DO ALTO URUGUAI E DAS MISSÕES
PRÓ-REITORIA DE ENSINO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
CAMPUS DE ERECHIM
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
CURSO DE DIREITO

JOÃO VITOR FRACARO

**AS PRÁTICAS ABUSIVAS E A ATUAÇÃO DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA
DO CONSUMIDOR**

ERECHIM

2022

JOÃO VITOR FRACARO

**AS PRÁTICAS ABUSIVAS E A ATUAÇÃO DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA
DO CONSUMIDOR**

Trabalho apresentado ao Curso de Direito do
Departamento de Ciências Sociais Aplicadas
da Universidade Regional Integrada do Alto
Uruguai e das Missões (URI) – Erechim/RS,
como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Direito.

Orientadora: Profa. Ma. Andréa Mignoni

ERECHIM

2022

JOÃO VITOR FRACARO

**AS PRÁTICAS ABUSIVAS E A ATUAÇÃO DO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA
DO CONSUMIDOR**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito, pelo Curso de Direito do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões.

Erechim/RS, 09 de Dezembro de 2022.

BANCA EXAMINADORA

Andrea Mignoni, Mestre, URI.

Rafael Sotili Testa, Doutor, URI.

Caroline Ceni, Mestre, URI

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo desenvolvido sobre as práticas abusivas dentro da matéria de Direito do Consumidor e a atuação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor perante essas práticas, ou seja, esclarecer e mostrar ao consumidor os significados e as práticas em casos práticos como exemplos do dia a dia e jurisprudência, auxiliando também a população, mostrando diversas formas de ajuda caso seja necessário. O presente trabalho é iniciado com uma breve explicação da evolução do comércio e das partes presentes na negociação em si, seguido de uma análise das práticas abusivas juntamente com exemplos. Finaliza-se demonstrando alguns dos meios de defesa do consumidor, destacando o Procon, Ministério Público, Defensoria Pública e outros meios mais acessíveis ao consumidor.

Palavras-chave: Práticas abusivas; Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; Consumidor; Meios de defesa.

ABSTRACT

This work aims to present a study developed on abusive practices within the field of Consumer Law and the performance of the National Consumer Defense System in relation to these practices, that is, to clarify and show the consumer the meanings and practices in cases practical examples such as everyday life and jurisprudence, also helping the population, showing different forms of help if necessary. This work begins with a brief explanation of the evolution of trade and the parties present in the negotiation itself, followed by an analysis of abusive practices along with examples. It concludes by demonstrating some of the means of consumer protection, highlighting the Procon, Public Ministry, Public Defender and other means more accessible to the consumer.

Key Words: Abusive practices; National Consumer Protection System; Consumer; Means of defense.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	7
2 A EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO, SEUS SUJEITOS E PRINCÍPIOS	9
2.1 A história do comércio e do consumo	9
2.2 Sujeitos da Relação de Consumo	10
2.3 Princípios da Relação de Consumo	13
3 PRÁTICAS ABUSIVAS	16
3.1 A Venda Casada	18
3.2 Recusa de atendimento à demanda do consumidor	19
3.3 Fornecimento de produto ou serviço não solicitado pelo consumidor	20
3.4 Explorar fraqueza ou ignorância do consumidor e a vantagem manifestadamente excessiva	21
3.5 Orçamento prévio e autorização expressa, obrigatoriedade de prazo para adimplemento	22
3.6 Repassar informações depreciativas sobre o consumidor	22
3.7 Descumprimento das Normas Técnicas	23
3.8 Aumento arbitrário dos preços	23
4. O SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR	25
4.1 Procon	25
4.2 Defensoria Pública	26
4.3 Ministério Público	27
4.4 Outros meios de Defesa do Consumidor	28
5 CONCLUSÃO	31
6 REFERÊNCIAS	33

1 INTRODUÇÃO

A relação jurídica de consumo é uma troca de serviços entre consumidor e fornecedor, ela surgiu na antiguidade, onde ocorriam pequenas negociações, como por exemplo, a “troca” de especiarias. Essas negociações foram evoluindo de forma com que a sociedade evoluísse, em meio a revoluções comerciais, industriais, o comércio foi se fortificando e sendo de certa forma o sustento de muitos na época. Juntamente com o comércio, foram surgindo sindicatos, regras, leis e princípios e certo controle do Estado sobre os produtos, algo que há na sociedade até nos dias atuais. Com essa evolução positiva da humanidade e forma econômica, alguns indivíduos buscaram burlar um pouco algumas normas para se prevalecer e com isso obter lucro mediante o consumidor, e foi com essas atitudes que surgiram as famosas práticas abusivas.

As práticas abusivas são atitudes ilícitas que estão crescendo cada vez mais no meio do consumidor, atingindo e prejudicando a sociedade. É basicamente algo que está dentro do negócio jurídico que irá afetar diretamente e somente o consumidor, trazendo benefícios à outra parte, no caso o estabelecimento ou fornecedor. Elas são tipificadas no artigo 39 da Lei 8.078/1990, e de forma simples, pode se entender como uma atitude abusiva, que vai contra a própria lei.

As práticas abusivas prejudicaram o consumidor de uma forma humilhante, trazendo danos morais e materiais aos mesmos. Com a devida frequência de casos e reclamações, o sistema acabou implantando o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) onde estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas. Esse sistema conta com diversos órgãos que auxiliam os consumidores que sofrem com essas práticas, dentre eles os mais procurados e usados são o Procon, Defensoria Pública e Juizados Especiais. Desde o surgimento dos mesmos, houve uma significativa melhora nos casos devido as fiscalizações, denúncias e outros relatos que auxiliam os órgãos que executam seus trabalhos punindo de diversas formas os fornecedores que trabalham de forma ilícita prejudicando o consumidor. Esses órgãos juntamente com o Código de Defesa do Consumidor efetuam o trabalho e trazem uma dignidade que o consumidor sempre deveria ter tido.

O Código de Defesa do Consumidor é cauteloso e visa de fato a proteção do consumidor de todas as formas, seja lá com práticas abusivas que afetam a sociedade em si ou outros problemas que afetam os mesmos. Nesse caso de práticas abusivas, o CDC está acompanhado pelo Código Civil e definido no mesmo como um ilícito equiparado, pelo que consta do art. 927, caput, da mesma codificação, “aquele que, por ato ilícito (art. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo”.

No primeiro capítulo, o ponto de partida perpassa pela evolução do comércio juntamente com seus sujeitos e princípios de proteção do consumidor.

No segundo capítulo, abordar-se-á sobre as práticas abusivas arroladas no CDC, tais como a Venda Casada, a Recusa de Atendimento à Demanda do Consumidor, o Fornecimento de produto ou serviço não solicitado pelo Consumidor, a Exploração de fraqueza ou ignorância do consumidor e a vantagem manifestadamente excessiva, o Orçamento prévio e autorização expressa, obrigatoriedade de prazo para adimplemento, o Repasse de informações depreciativas sobre o consumidor, o Descumprimento da regulação e o Aumento arbitrário de preços.

Em última análise, no terceiro capítulo, se estabelece sobre a atuação do sistema nacional de defesa do consumidor, ressaltando dois bastante utilizados, no caso, Procon e a Defensoria Pública, juntamente com meios atuais, o site do governo Consumidor.Gov e o site Reclame Aqui.

É de suma importância adentrar a esse assunto e ter atenção nos casos e nas formas de agir quando estiver sofrendo atos ilícitos como estes citados, pois, de certa forma, a sociedade em geral já foi um consumidor ou é um consumidor e não há como seguir evoluindo e adquirindo coisas com um prejuízo, devido a isso é necessário uma colaboração e atenção geral da sociedade em relação aos casos em pauta para não ser enganado.

A metodologia utilizada para este trabalho foi exploratória através de bibliografias, se baseando em autores clássicos e mesclando com autores recentes e jurisprudência atuais para visar uma “linha de tempo” das práticas abusivas e seus casos, conforme método indutivo de abordagem e analítico-descritivo quanto ao procedimento.

2 A EVOLUÇÃO DO COMÉRCIO, SEUS SUJEITOS E PRINCÍPIOS

2.1 A história do comércio e do consumo

Com uma breve reflexão sobre o passado, o ser humano consegue se recordar de inícios do comércio devido a sua longa trajetória e história. Mesmo antes de Cristo havia essas trocas que evoluíram e foram se tornando o comércio em si. Um exemplo do povo brasileiro, o qual foi à troca do Pau Brasil por espelhos, miçangas, facas e outros materiais pra trabalho. Toda essa troca entre mercadorias foi fazendo com que a sociedade crescesse com que as opções de mercadorias aumentassem e com que mais pessoas tivessem algumas mercadorias acessíveis.

Quando se analisa o contexto histórico, observa-se que o comércio se originou no antigo processo de troca, quando certos grupos trocavam seus produtos por outros objetos de interesse ou por seus trabalhos. E a ideologia dos negócios é exatamente isso até os dias atuais, trocar uma coisa por outra. O povo chinês juntamente com os Fenícios se destacava no início devido ao fato de ter mercadorias como seda, materiais como madeira, entre outros.

Como foi ensinado desde os anos iniciais de um colégio, na matéria de história, no início tudo era de uma forma onde um povo produzia mais coisas que o necessário, e com isso negociava com outro povo as mercadorias necessárias e interessantes a ambos. Essas trocas poderiam ser por produtos de valores desiguais, alguns mais valiosos que outros, mas que no momento as pessoas necessitavam, então de certa forma, não se importavam com o fato de valores de produtos e com as quantidades. Era conhecida como Escambo, a palavra qual tem significado de uma transação na quais bens ou serviços são trocados entre duas partes. Essa forma de troca foi estabelecida com o surgimento da civilização principalmente na antiguidade e também na idade média. O compromisso entre as pessoas era a palavra, e os regimentos das épocas que também foram evoluindo.

Segundo Rodrigues (2015) o Código de Hamurabi (2300 a.C.), editado no Império Babilônico pelo Rei Hamurabi, já em seu tempo, demonstrava praticas para defender os compradores de bens e serviços, o mesmo impugnou uma forte legislação, que regulamentava o comércio de modo que o controle e a supervisão se encontravam a cargo do palácio. O que demonstrava é que já existia preocupação

com o lucro abusivo e que o consumidor já estava tendo seus interesses resguardados. O referido estatuto previa:

Art. 229 – Se um pedreiro edificou uma casa para um homem mas não a fortificou e a casa caiu e matou seu dono, esse pedreiro será morto”

Art. 233 – Se um pedreiro construiu uma casa para um homem e não executou o trabalho adequadamente e o muro ruiu, esse pedreiro fortificará o muro às suas custas.

237 - se alguém freta um bateleiro e o barco e o prevê de trigo, lã, azeite, tâmaras e qualquer outra coisa que forma a sua carga, se o bateleiro é negligente, mete a pique o barco e faz que se perca o carregamento, deverá indenizar o barco que fez ir a pique e tudo de que ele causou a perda. (RODRIGUES, 2015).

Conforme fosse o local ou a época as regras eram alteradas, porém em todas havia certa indenização, visando isso um direito ao consumidor, trazendo certa justiça para essas trocas de mercadorias.

Como foi adentrado no conceito histórico, surge à necessidade de falar de dois fatores importantes para essa evolução de direitos, os quais são o desenvolver do Código do Consumidor juntamente com a atuação da Constituição Federal. O Código de Defesa do Consumidor chegou ao nosso país de forma atrasada, comparado a outros países, porém, surgiu de forma efetiva, segundo Rizzatto Nunes em seu livro Curso de direito do Consumidor, teve a devida efetividade, pois foi trazido aquilo que era mais moderno para a proteção do consumidor, fazendo com que outros países se inspirassem, como Argentina, Paraguai, Uruguai e outros países europeus.

Ressalta-se a importância da interpretação do nosso Código de Defesa do Consumidor, a qual Nunes (2015 pg. 45) considera como uma dificuldade, pois é necessário observar os “pontos históricos do fundamento da sociedade contemporânea”.

Já em relação a Constituição Federal, deve se levar em conta os princípios gerais da atividade econômica, os quais constam no artigo 170 da mesma.

Observando esse conceito histórico, há a necessidade de citar sobre as partes presentes no negócio jurídico, os quais serão apresentados a seguir.

2.2 Sujeitos da Relação de Consumo

O Consumidor

O consumidor é uma peça que sempre se encontra dentro de uma negociação, é um dos três componentes essenciais da relação jurídica, a sua definição está explícita no Código de Defesa do Consumidor, artigo 2º, o qual dispõe:

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

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

Bulgarelli (1983, p.171), definiu o consumidor como uma pessoa que irá usar ou consumir em face de uma relação jurídica que terá uma valoração, a fim de proteger o mesmo de problemas e danos.

De certa forma, toda a pessoa pode ser consumidora. Por equiparação é incluída também a coletividade, grupos de pessoas, como a família que é considerada um grupo de usuários determináveis e os usuários dos serviços bancários considerados usuários indetermináveis. (ALMEIDA, 2009, p.37).

De acordo com Almeida (2009, p. 40) houve uma tentativa de colocar uma certa restrição em relação a finalidade da aquisição ou utilização.

Ora, no Brasil tal restrição não teria como vingar. Pela definição legal de consumidor, basta que ele seja o destinatário final dos produtos ou serviços (CDC, art. 2º), incluído aí não apenas aquilo que é adquirido ou utilizado para uso pessoal, familiar ou doméstico, mas também o que é adquirido para desempenho de atividade ou profissão, bastando, para tanto, que não haja a finalidade de revenda. (BENJAMIN, 1988, apud BARROS, 2006).

Na construção do conceito de consumidor é importante destacar as características socioeconômicas da condição de consumidor. Tartuce (2015, p.78) enumera dois requisitos:

1º Destinação final fática: o consumidor é o último da cadeia de consumo, ou seja, depois dele, não há ninguém na transmissão do produto ou serviço,

2º Destinação final econômica: o consumidor não utiliza o produto ou o serviço para o lucro, repasse ou transmissão onerosa.

Almeida (2009, p. 39) reconhece facilmente que o consumidor é a parte mais fraca na relação de consumo. A começar pela própria definição, que destaca a submissão daqueles que não detêm o controle sobre bens e produção diante

daqueles que controlam os bens e produção. Para satisfazer suas necessidades o consumidor deve comparecer ao mercado ao qual, submete-se às condições que lhe são impostas pelo fornecedor.

Almeida (2009) observa semelhanças, relacionamentos entre funcionários, trabalho e consumidores, bem como defesa do consumidor fenômeno ocorridos na década de 1950, quando a proteção dos empregados surgiu dentro das relações trabalhistas. A mesma coisa aconteceu com o consumidor, ao reconhecer sua vulnerabilidade surgiu uma tutela legal.

O Fornecedor.

O art. 3º do CDC define fornecedor como:

[...] toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional 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. (BRASIL,1990).

Almeida (2009, p.45) relata que para não haver nenhuma interpretação anormal, o legislador preferiu definir produto como sendo “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” de acordo com o paragrafo 1º do artigo 3º e serviço “como qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes de caráter trabalhista” art. 3º §2º.

Tartuce (2015, p. 73) lista algumas exemplificações do que seria fornecedor, sendo toda aquela que engloba: “Atividade de produção; atividade de montagem; atividade de criação; atividade de construção; atividade de transformação; atividade de importação; atividade de exportação; atividades de distribuição e comercialização.”

A fragilidade da parte consumidora da relação é trazida à tona quando os sujeitos existentes na relação de consumo são expostos. Diante disso, o Estado acreditou ser necessário intervir para atender às necessidades dos consumidores. O Estado pretendia criar um equilíbrio nesta relação e, por isso, promulgou a Lei de Defesa do Consumidor para harmonizar relacionamento do consumidor. Existem princípios que devem ser seguidos no CDC, os quais verificar-se-á a seguir.

2.3 Princípios da Relação de Consumo

a) Princípios da Boa Fé

Nogueira (2015) relata que a boa-fé subjetiva se refere a um estado de consciência do indivíduo de estar agindo em conformidade com o direito, à intenção do sujeito na relação jurídica. Enquanto que a boa-fé objetiva, inserida no Código de Defesa do Consumidor, representa o valor da ética, da veracidade e correção dos contratantes em todos os momentos do contrato, cuja finalidade é estabelecer o equilíbrio na relação de consumo, ou seja, da negociação até a sua execução. Com isso, objetiva-se que as partes atuem com um comportamento de respeito, fidelidade e lealdade.

O Princípio da Boa-Fé Objetiva vem expresso no Código de Defesa do Consumidor em seu artigo 4º, inciso III:

Art. 4º - A Política Nacional de Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de sua qualidade de vida, bem como a transferência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

[...]

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, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. (BRASIL, 1990).

b) Princípio da Transparência e da Informação

Para Guglinsk, advogado especialista em Direito do Consumidor (2015) o princípio da transparência deve ser observado no momento da formação do vínculo contratual, de forma a informar o consumidor sobre os riscos do negócio, para que o consumidor aja conscientemente, evitando assim que seja induzido ao erro por falta de informações.

A transparência em si já diz tudo, em uma negociação, a mesma faz com que o cliente efetue a compra devido a transparência do fornecedor fazendo com que não tenha dúvidas, com que se sinta seguro na hora que exercer.

c) Princípio da Vulnerabilidade

O princípio da vulnerabilidade é reconhecido expressamente pelo Código de Defesa do Consumidor, conforme artigo 4º, inciso I:

O Código de Defesa do Consumidor, acerca dos princípios da transparência e da informação, assegura que: Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: IV – educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo. (BRASIL, 1990)

Mediante análise, o princípio em pauta, dispõe sobre a “fraqueza” do consumidor, em casos aonde o fornecedor, já preparado, acaba abusando da fraqueza e da incerteza do consumidor, levando o mesmo a uma compra por impulso influenciado pelo fornecedor. Aristóteles dizia que é necessário tratar igualmente os iguais e desigualmente os iguais, seguindo uma média. Com isso, é necessário o fornecedor respeitar as escolhas do consumidor, sem observar a fraqueza do mesmo e se aproveitar dela.

d) Princípio do Equilíbrio

Assim como os princípios citados anteriormente, o princípio do equilíbrio também está previsto no Código de Defesa do Consumidor, nos artigos 4º inciso III, já citado no item 2.3.1 e o art. 51 inciso IV, que segue:

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

estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou, sejam incompatíveis com a boa-fé ou a equidade [...] (BRASIL, 1990)

A respeito do princípio do equilíbrio ou da equidade, Marques (2002, p.742) nos ensina:

[...] do equilíbrio contratual é cogente; a lei brasileira, como veremos, não exige que a cláusula abusiva tenha sido incluída no contrato por “abuso do poderio econômico” do fornecedor, como exigia a lei francesa, ao contrário, o CDC sanciona e afasta apenas o resultado, o desequilíbrio, não exige um ato reprovável do fornecedor; a cláusula pode ter sido aceita conscientemente pelo consumidor, mas se traz vantagem excessiva para o fornecedor, se é abusiva, o resultado é contrário à ordem pública, contrária às novas normas de ordem pública de proteção do CDC e a autonomia de vontade não prevalecerá.

e) Princípio do Protecionismo do Consumidor

Esse princípio pode ser retirado do art. 1 do Código de Defesa do Consumidor que estabelece normas de proteção do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos do art. 5, inciso XXXII e 170, inciso V, ambos da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

Nesse princípio, todos os itens incluídos dentro do Código de Defesa do Consumidor, tem como objetivo a defesa e proteção do consumidor dentro da sociedade.

f) Princípio da Hipossuficiência do Consumidor

Hipossuficiente é aquele que não consegue comprovar adequadamente seu direito de mostrar uma coisa. Por exemplo, dentro de um processo, o indivíduo se declara hipossuficiente e para provar apresenta provas para tentar conseguir a justiça gratuita.

A hipossuficiência técnica é a situação jurídica que impede o consumidor de obter prova indispensável para responsabilizar o fornecedor pelo dano verificado. Explica Flávio Tartuce (2015, p. 35):

o conceito de hipossuficiência vai além do sentido literal das expressões pobre ou sem recurso, aplicáveis nos casos de

concessão dos benefícios da Justiça gratuita no campo processual, o conceito de hipossuficiência consumerista é mais amplo, devendo ser apreciado pelo aplicador do direito no caso a caso, no sentido de reconhecer a disparidade técnica ou informacional, diante de uma situação de desconhecimento, inversão do ônus da prova,

Ressalta-se que ser hipossuficiente é diferente de vulnerável, por exemplo, todo consumidor é vulnerável, porém nem todo consumidor é hipossuficiente.

g) Princípio da Função Social do Contrato

No âmbito do Código de Defesa do Consumidor, a função social do contrato deve ser reconhecida como princípio implícito como observa Nery Junior (apud TARTUCE, 2015, p. 47) “a revisão do contrato de consumo tem como fundamentos as cláusulas gerais da função social do contrato e da boa-fé objetiva, fundadas nas teorias da base do negócio (larenz) e da culpa *in contrahendo* (Ihering)

[...] o CDC é uma lei de função social, que traz como consequência modificações profundas nas relações juridicamente relevantes na sociedade, em especial quando esta lei, como o CDC, introduz um rol de direitos [...]. No caso do CDC, esta lei de função social intervém de maneira imperativa em relações jurídicas de direito privado, antes denominadas pela idade de autonomia da vontade. (TARTUCE, 2015, p. 47).

No capítulo a seguir abordar-se-á sobre as práticas abusivas que prejudicam boa parte da sociedade.

3 PRÁTICAS ABUSIVAS

Visando proteger os direitos básicos dos consumidores no CDC é vedada a prática de atividades comerciais abusivas. As práticas abusivas são atitudes proibidas pelo Código de Defesa do Consumidor pelo fato de serem ilícitas, além de causar prejuízos ao consumidor, prejudica o comércio e a sociedade no geral.

Filomeno (1991, p.163) conceitua práticas abusivas como comportamentos que abusam da boa-fé ou situação de inferioridade econômica ou técnica do consumidor, ou seja, aproveitam da sua condição vulnerável, de desvantagem. Seguindo o mesmo raciocínio Grinover (2007, p.216) entende que prática abusiva está relacionada com a desconformidade, o desrespeito, a boa conduta para com o consumidor, completa dizendo que a prática abusiva existirá sempre que tais condutas aumentarem a condição de vulnerabilidade do consumidor.

É do conhecimento de todos, que a necessidade de proteger o consumidor surgiu diante dos abusos cometidos juntamente com o sofrimento e dificuldade de exercer uma compra de forma correta, por parte dos vendedores que sempre se aproveitam da vulnerabilidade da parte mais fraca da relação, o consumidor. Diante disso o Código de Defesa do Consumidor não se eximiu em descrever um rol exemplificativo contendo o que é considerado por ele práticas comerciais abusivas.

Vale ressaltar o caráter exemplificativo deste rol, ou seja, esse rol não taxativo o que quer dizer que as práticas abusivas não estão restritas ao que está escrito na lei, admite-se interpretações e extensões. Para tanto deve-se analisar se a prática feriu os princípios regentes da relação de consumo e se houve excessiva vantagem por parte do fornecedor, ampliando ainda mais a vulnerabilidade do consumidor.

Vejamos o que nos mostra o artigo 39 da legislação citada:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

- I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;
- II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;
- III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;
- IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;
- V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;
- VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;
- VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;
- VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade

credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

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

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

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

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

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido.

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento. (BRASIL, 1990)

A seguir verificar-se-á algumas práticas abusivas mais usuais.

3.1 A Venda Casada

O artigo 39 proíbe o condicionamento de um possível fornecimento de um produto ou serviço a aquisição de outro, de certa forma, isso acabaria forçando o consumidor a adquirir um produto que não deseja ou não necessita para o momento, isso, configura a conhecida Venda Casada.

Nunes (2012, p. 602) destaca outra modalidade de operação casada, também vedada pela legislação brasileira, que é a venda de quantidade diversa daquela que o consumidor deseja adquirir, sem ter uma justa causa para tal prática, acerca disso o autor esclarece:

É preciso, no entanto, entender que a operação casada pressupõe a existência de produtos e serviços que são usualmente vendidos separados. O lojista não é obrigado a vender apenas a calça do terno. Da mesma forma, o chamado pacote de viagem oferecido por operadoras e agências de viagem não está proibido. O que não pode o fornecedor fazer é impor a aquisição conjunta, ainda que o preço global seja mais barato que a aquisição individual, o que é comum nos pacotes de viagem. Assim, se o consumidor quiser adquirir apenas um dos itens, poderá fazê-lo pelo preço normal. (NUNES, 2012, p. 602)

Desta forma observa-se que o fornecedor não pode obrigar o consumidor a adquirir algo a mais além do que deseja, é uma situação expressamente proibida em lei, mas que de fato, é muito comum no dia a dia do consumidor. Existem casos que excluem essa possibilidade, mas em momentos em que o consumidor se sente forçado é algo que se torna abusivo.

Como forma exemplificativa, segue jurisprudência:

APELAÇÃO CÍVEL. NEGÓCIOS JURÍDICOS BANCÁRIOS. AÇÃO REVISIONAL. CONTRATO DE EMPRÉSTIMO PESSOAL. SEGURO. VENDA CASADA.\nI - VENDA CASADA - SEGURO PRESTAMISTA. Consiste em prática abusiva, vedada nas relações de consumo, o condicionamento do fornecimento de um produto ou serviço ao fornecimento de outro, conforme o inciso I do artigo 39 do Código de Defesa do Consumidor (CDC). No caso, o seguro contratado enquadra-se como venda casada com o produto (empréstimo), devendo ser afastada a sua cobrança.\nII - REPETIÇÃO DE VALORES. Cabimento da repetição do indébito, na forma simples, diante do reconhecimento da abusividade da cobrança do seguro.\nAPELAÇÃO DA PARTE AUTORA PROVIDA. UNÂNIME.

(TJ-RS - AC: XXXXX20208210016 RS, Relator: Cairo Roberto Rodrigues Madruga, Data de Julgamento: 30/06/2021, Vigésima Quarta Câmara Cível, Data de Publicação: 01/07/2021)

Como se pode observar o caso acima, o TJ-RS deu provimento a apelação qual foi cometido o erro da seguradora em relação ao empréstimo.

3.2 Recusa de atendimento à demanda do consumidor

Diferente do caso acima e como já cita o próprio nome da prática, o momento em que o fornecedor recusar um produto, tendo ele em estoque, para o consumidor ou negue prestar um serviço estando habilitado ocorre a prática abusiva expressa em lei. Um caso comum dentro da sociedade, é um taxista se negar a fazer uma “corrida” devido ao fato de ser curta a distância, observa-se nesse caso que o fornecedor do serviço está devidamente habilitado a prestar o serviço, porém, se nega a executá-lo.

Para melhor entendimento, segue jurisprudência de um caso:

AGRAVO INTERNO NO AGRAVO EM RECURSO ESPECIAL. PROCESSUAL CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. PLANO DE SAÚDE. ATENDIMENTO DE URGÊNCIA. PERÍODO DE CARÊNCIA. LIMITAÇÃO. ABUSIVIDADE. RECUSA INDEVIDA. DANOS MORAIS. INDENIZAÇÃO. CABIMENTO. REEXAME FÁTICO-PROBATÓRIO. IMPOSSIBILIDADE. SÚMULA Nº 7/STJ. 1. Recurso especial interposto contra acórdão publicado na vigência do Código de Processo Civil de 2015 (Enunciados Administrativos nºs 2 e 3/STJ). 2. O Superior Tribunal de Justiça consolidou jurisprudência no sentido de que é abusiva a negativa pelo plano de saúde de fornecimento dos serviços de assistência médica nas situações de urgência ou emergência com base na cláusula de carência, caracterizando injusta recusa de cobertura que enseja

indenização por danos morais. 3. Na hipótese, rever a conclusão do aresto impugnado acerca da urgência do procedimento pleiteado demandaria o reexame fático-probatório dos autos, procedimento que encontra o óbice da Súmula nº 7/STJ. 4. Agravo interno não provido.

(STJ - AgInt no AREsp: XXXXX PE XXXXX/XXXXX-9, Data de Julgamento: 06/06/2022, T3 - TERCEIRA TURMA, Data de Publicação: DJe 10/06/2022)

A jurisprudência acima trata sobre um dos casos mais comuns em relação à recusa de atendimento, mostrando que até em casos graves, como a necessidade de atendimento médico há a prática abusiva em relação ao consumidor que tinha seu direito de plano de saúde e atendimento.

3.3 Fornecimento de produto ou serviço não solicitado pelo consumidor

De acordo com Tartuce (2015, p. 396) “os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor sem a devida solicitação equiparam se as amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento”.

O caso em pauta é passível de danos morais segundo o Superior Tribunal de Justiça (STJ) devido ao fato de que o consumidor deve estar de acordo com o fornecimento do produto ou serviço que serão prestados ou entregues a ele. Exemplos comuns desse caso são produtos fornecidos por companhias telefônicas sem o conhecimento ou aprovação do consumidor.

No sentido desse tema, a jurisprudência:

CIVIL. DIREITO DO CONSUMIDOR. TELEFONIA MÓVEL. FALHA NA PRESTAÇÃO DO SERVIÇO . COBRANÇA POR SERVIÇOS NÃO SOLICITADOS PELO CONSUMIDOR. REPETIÇÃO DE INDÉBITOCABÍVEL. DANO MORAL NÃO CONFIGURADO. RECURSOS IMPROVIDOS,

I. De início, não há de se falar em decadência (CDC, Art. 26), pois a pretensão autoral não se fundamenta em vício do produto ou do serviço, mas em cobranças indevidas por serviços não contratados e reparação por eventuais danos extrapatrimoniais.

II. A questão de direito material deve ser dirimida à luz das normas protetivas do CDC (Arts. 6º e 14).

II. As isoladas alegações recursais (parte ré) desacompanhadas de qualquer anterior comprovação reforçam a verossimilhança dos fatos narrados pelo consumidor (cobrança indevida), escudados em conjunto probatório que fortalece a formação do convencimento do magistrado (contrato e faturas - ID, 6505045 e ss.),

IV. Desse modo, não comprovada a existência de fato impeditivo, modificativo ou extintivo do direito da parte autora (CPC, Art. 373,

inciso II), revela-se ilegítima a cobrança perpetrada, na medida em que a recorrente/ré não demonstrou que a consumidora teria solicitado os serviços ?PACOTE FIXO LIVRE ILIMITADO? e ?COMBO DIGITAL COMPLETO?, tampouco que cada um desses (aliado à respectiva cobrança) fazia parte do plano contratado, tudo a violar o dever de informação (CDC. Art. 6º, III).

1. Portanto, em razão da cobrança indevida e a mingua de engano justificave. torna-se impositiva a restituição em dobro do valor indevidamente pago pela parte autora (CDC, Art. 42, parágrafo único).

VI. Noutro giro, no que concerne ao recurso da parte autora, importante esclarecer que os danos morais decorrem do abalo a qualquer dos atributos da personalidade, em especial à dignidade da vítima, desencadeada pelo evento (CF, Art. 5º, V e X).

VII. No presente caso, em que pese a patente falha na prestação do serviço (cobrança de quantia concernente a serviço telefônico não solicitado pelo consumidor), não há comprovação de descontrole financeiro ou de grave restrição de crédito (inclusão do nome do consumidor no cadastro de inadimplentes), tampouco exposição do recorrente autor a qualquer situação externa vexatória suficiente a demonstrar dano psicológico ou ofensa a atributos da personalidade (CPC, Art. 373, inciso I). Essa situação fática, portanto, não subsidia a reparação por danos morais, por demandarem grave afetação aos direitos da personalidade do ofendido.

VIII. Rejeitada a prejudicial suscitada pela parte ré. Recursos de ambas as partes conhecidos e improvidos. Sentença confirmada por seus próprios fundamentos (Lei g.099 95, Art. 46). Condenados os recorrentes ao pagamento pro rata das custas processuais. Diante da sucumbência recíproca. cada parte deverá arcar com os honorários dos seus respectivos advogados,

Ressalta-se que a parte autora litiga sob o pálio da gratuidade de justiça.

A jurisprudência acima traz um dos casos mais comuns em relação ao fornecimento de produto ou serviço não solicitado. Segundo o próprio site do órgão do Procon, companhias telefônicas são as empresas que mais cometem esses tipos de abusos sobre o consumidor.

3.4 Explorar fraqueza ou ignorância do consumidor e a vantagem manifestadamente excessiva

Como se pode analisar mediante as situações e ao histórico, o consumidor de fato é a parte frágil, vulnerável quando se fala sobre esse assunto, e quando o fornecedor se aproveita de algo em relação ao consumidor, ocorre um prevalecimento que caracteriza a prática abusiva.

O inciso IV, do artigo 39 do CDC, explicita essa proibição para a relação consumerista, é vedado aproveitar fraqueza ou ignorância do consumidor, em razão

de sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para induzir a aquisição seus produtos ou serviços. (BRASIL,1990)

Tartuce (2015, p. 406) diz que: “a norma coíbe a chamada venda por impulso ou venda automática, em relação a pessoas que podem não ter total discernimento para compreensão do teor das informações que lhes são prestadas.”.

Essa vantagem que o fornecedor busca ter é citada em lei, no momento em que surge um determinado excesso. Observa-se o 1º parágrafo do Art. 51 do nosso Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Art.51. [...] § 1º Presume-se exagerada, entre outros casos, a vantagem que: I - ofende os princípios fundamentais do sistema jurídico a que pertence;
II - restringe direitos ou obrigações fundamentais inerentes à natureza do contrato, de tal modo a ameaçar seu objeto ou equilíbrio contratual;
III - se mostra excessivamente onerosa para o consumidor, considerando-se a natureza e conteúdo do contrato, o interesse das partes e outras circunstâncias peculiares ao caso. (BRASIL, 1990).

Com isso, é indicado por diversos órgãos e plataformas que o consumidor se atente as propostas e negócios.

3.5 Orçamento prévio e autorização expressa, obrigatoriedade de prazo para adimplemento

O inciso III do artigo 39 do CDC nos garante que para a realização de um serviço é obrigatório que se faça um orçamento prévio e que haja a autorização expressa do consumidor, pois desta forma impede a realização de serviço não autorizado previamente pelo consumidor. Quando se diz autorização expressa, não é necessariamente uma autorização escrita, mas ela deve ser inequívoca, com isso o fornecedor deve comprovar a autorização em casos como esses.

O valor do orçamento escrito tem prazo decadencial de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor, esse prazo só poderá ser aumentado e nunca diminuído (art. 40 CDC).

3.6 Repassar informações depreciativas sobre o consumidor

Em pauta, outra situação que ocorre com uma determinada frequência, onde o fornecedor faz comentários negativos sobre o consumidor.

Segundo Tartuce (2015, p. 414) “esse comando veda as chamadas listas internas de maus consumidores ou lista negras, em relação a consumidores que buscam exercer os direitos que a lei lhes faculta”. De acordo com Marques, Benjamim e Bessa (2007, p. 221) nos informa sobre esta forma de prática abusiva:

[...] não é lícito ao fornecedor informar seus companheiros de categoria que o consumidor sustou o protesto de um título, que o consumidor gosta de reclamar da qualidade de produtos e serviços, que o consumidor é membro de uma associação de consumidores ou que já representou ao Ministério Público ou propôs ação.

Mesmo sendo algo frustrante para a pessoa que sofre, podemos observar que casos como esses ocorrem de forma constante dentro da nossa sociedade e para chegar a essa conclusão basta frequentar alguns ambientes que sempre haverá casos do tipo.

3.7 Descumprimento das Normas Técnicas

Tartuce (2015, p. 415) informa que deve haver “uma padronização de condutas para que os consumidores não sejam expostos a situações de risco ou perigo pelos produtos postos em circulação no mercado de consumo”.

Em caso de violação por parte do fornecedor nas condutas de padronização, o mesmo deverá ser punido com sanções administrativas conforme art. 56 do CDC, sendo passível de apreensão dos produtos.

3.8 Aumento arbitrário dos preços

Essa prática abusiva ocorre bastante em momentos de escassez ou de alta demanda de produtos. O fornecedor observa a alta demanda ou escassez e com isso aumenta o preço, sabendo que a procura é alta, irá obter um lucro a mais em cima de produto ou serviço. Um caso que pode ser usado como exemplo é a alta procura do produto Álcool em gel em época de pandemia, fato que fez com que muitos fornecedores aumentassem o preço sabendo que iriam efetuar a venda devido a grande procura por parte do consumidor.

Segundo Tartucce (2015, p. 416):

[...] deve ser interpretada de acordo com a realidade social de ampla tutela dos consumidores [...] A prática de alteração do preço sem motivo representa afronta a boa-fé objetiva e as justas expectativas depositadas no negócio de consumo.

Não deve ocorrer esse aumento de momento inesperado de certo produto, é configurado como um abuso de direito que não é tolerado.

No sentido desse tema, segue jurisprudência:

DIREITO ADMINISTRATIVO. ACUSAÇÃO DE AUMENTO ARBITRÁRIO DOS LUCROS NA MAJORAÇÃO DO PREÇO DO ETANOL. NÃO COMPROVAÇÃO. ILEGALIDADE E ABUSO DE PODER NA MULTA FIXADA PELO PROCON. NULIDADE. a) Nota-se dos autos que a Apelada sofreu a aplicação de multa, em virtude da acusação de aumento abusivo do preço do litro de etanol para venda ao consumidor. b) Todavia, a decisão administrativa que impôs a penalidade à Apelada não foi devidamente motivada, pois as provas constantes dos autos demonstram que foi justificado o aumento do preço do litro de etanol, não ocorrendo exigência de vantagem manifestamente excessiva. c) Portanto, considerando as provas constantes dos autos, verifica-se que houve variação de preços do etanol no período, justificando-se, assim, o aumento no valor do etanol, não se podendo afirmar a ocorrência de aumento arbitrário dos lucros. d) É bem de ver, ainda, que a comparação de preços feita pelo PROCON, considerando apenas, para a imposição da multa, a alteração do valor do etanol de R\$ 1,25 para R\$ 1,68 o litro, não demonstra, por si só, que o Fornecedor tenha obtido vantagem excessiva em detrimento do consumidor, tampouco que a variação do preço decorra da ganância por lucros abusivos. e) Nessas condições, há ilegalidade e abuso de poder na aplicação da multa pelo Procon, pois não houve comprovação da acusação de aumento arbitrário dos lucros ou obtenção de vantagem manifestamente excessiva. Pelo contrário, restou provado que o aumento do preço do etanol foi plenamente justificado, motivo pelo qual é nula a multa aplicada, uma vez que ficou caracterizado abuso de poder. 2) APELO A QUE SE NEGA PROVIMENTO. (TJPR - 5ª Cívél - AC - 1064644-7 - Região Metropolitana de Londrina - Foro Central de Londrina - Rel.: Desembargador Leonel Cunha - Unânime - J. 26.11.2013)

(TJ-PR - APL: XXXXX PR XXXXX-7 (Acórdão), Relator: Desembargador Leonel Cunha, Data de Julgamento: 26/11/2013, 5ª Câmara Cível, Data de Publicação: DJ: 1265 27/01/2014).

Com a jurisprudência acima fica mais claro o entendimento do aumento que de certa forma é abusivo ao consumidor, prejudicando ele e a sociedade que adquire os serviços/produtos do estabelecimento.

Nessa prática acima podemos fazer um breve comentário sobre casos de aumento arbitrário dos preços que ocorreram durante a Pandemia (2019 – 2021). Varias reclamações foram efetuadas no Procon, reclamações as quais o

Consumidor comentava sobre um aumento em relação a itens de necessidade do período, como por exemplo, luvas, máscaras e principalmente o álcool gel.

No capítulo a seguir será abordado sobre os Sistemas Nacionais de Defesa do Consumidor, os quais foram criados para auxiliar o consumidor em casos que tiverem seus direitos violados.

4. O SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Como visto com os vários casos de práticas abusivas citados, o consumidor era o único prejudicado durante a relação jurídica e devido a grande quantidade de casos ocorrendo, o mundo em si teve que tomar uma atitude para de certa forma acabar com esses delitos e fraudes. E as formas mais eficazes foram os meios de defesa do consumidor.

Dentro desses meios, existem vários órgãos que visam auxiliar o consumidor em suas necessidades, porém, pode-se ressaltar 3 deles, os quais são os mais requisitados pela sociedade. Os mesmos são: Procon, Defensoria Pública, Ministério Público e outros meios.

4.1 Procon

O Procon é o órgão mais conhecido quando o assunto é consumidor, o Órgão atende diretamente sanções a fornecedores que violam os artigos e direitos dos consumidores, no caso, os artigos 55 até 60 da Lei 8.078/1990 e Decreto 2.181/1997. É um órgão que por força do disposto no art. 82, III, do CDC, é autorizado a ajuizar ações coletivas para tutela de direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos do consumidor. Outro trabalho importante do Procon, é a informação dos direitos dos consumidores, pois, em um mundo onde sempre está havendo evoluções e mudanças, acaba com que os consumidores não tenham o devido conhecimento e com isso acabam com seus direitos violados.

De forma prática, o consumidor tem seu direito violado, e antes de ajuizar uma ação tem a opção de procurar o Procon para formular uma reclamação descrevendo toda a situação, porém, com essa reclamação, de certa forma o

consumidor não é indenizado, por isso muitos dizem que o Procon acaba sendo um órgão mais informativo que acaba não trazendo a “Justiça” que as pessoas desejam.

Outra prática do Procon é a divulgação anual do cadastro de maus fornecedores, que faz com que os consumidores se sintam informados sobre estabelecimentos que tem uma “imagem” negativa.

Por mais que seja um estabelecimento que visa auxiliar a sociedade em si, o Procon é um órgão que não tem “muito” investimento, diversas unidades precárias sem plano de cargos e salários, com isso, acaba não tendo a sua real efetividade.

Dentro do site do Procon, há uma aba que mostra um cadastro de reclamações, o qual aparece as informações do estabelecimento e o problema que foi encontrado no mesmo. Fazendo uma breve análise no cadastro de reclamações de 2019 no Procon do Rio Grande do Sul, pode-se observar diversas reclamações sobre produtos com vícios, propagandas enganosas e cobrança indevidas. Para acessar ter acesso a essas informações basta acessar o site do Procon do estado que deseja obter as informações, segue imagem explicativa:



Imagem retirada do site do Procon/RS.

Além dessa informação o site oferece diversas formas de o consumidor entrar em contato para suprir suas dúvidas ou efetuar queixas.

4.2 Defensoria Pública

De maneira formal, a Defensoria Pública é uma instituição essencial à função jurisdicional do Estado, aonde são cabíveis a orientação jurídica e a defesa de todos os graus de pessoas que não tem condições financeiras para contratar um advogado particular.

Como pode-se observar, a Defensoria é um órgão de suma importância pelo motivo de auxiliar os mais necessitados, e com isso surge uma conexão entre o direito do consumidor e os órgãos, devido ao fato de ambos auxiliarem os consumidores que tem seus direitos lesados.

Diferente do Procon, as pessoas procuram a Defensoria Pública visando ajuizar uma ação, visando obter uma indenização sobre o dano sofrido. O próprio site da Defensoria traz a seguinte definição sobre a atuação da mesma em relação ao consumidor:

Em seu próprio site, na aba “Consumidor”, a Defensoria se define da certa forma:

“A Defensoria Pública é encarregada de velar pelas relações de consumo e proteger o consumidor, tanto na seara individual quanto na coletiva. Sua atuação abrange o âmbito preventivo, proativo e indenizatório, na seara administrativa ou judicial, em qualquer grau de jurisdição.”.

Um dos grandes “favores” que eles fazem para os consumidores é o ajuizamento de ações que visam a defesa dos interesses individuais, porém, nos últimos anos, houveram diversas defesas de interesses públicos, o qual resolveu diversas lesões dos consumidores em um processo.

Com isso ressalta-se a importância do órgão que auxilia toda a sociedade necessitada incluindo em casos que envolvem os direitos dos consumidores.

4.3 Ministério Público

Outro meio que auxilia a população nesses casos citados, é o Ministério Público, que em seu próprio site cita que o seu objetivo é defender os interesses sociais e individuais indisponíveis, zelando a aplicação correta das leis e pela garantia do Estado Democrático de Direito.

Esmiuçando para a área do Consumidor, o Ministério Público atua em casos de ofertas de alimentos, combustíveis, propaganda enganosa ou abusiva, vícios e defeitos em produtos e serviços gerais, práticas e cláusulas abusivas no fornecimento de serviços.

Em seu site, há indicações de outros meios para o consumidor optar, juntamente com seus respectivos links ou até mesmo informações de como chegar até esses meios que irá auxiliá-los. Segue imagem do Espaço do Consumidor, disponível no site do Ministério Público:

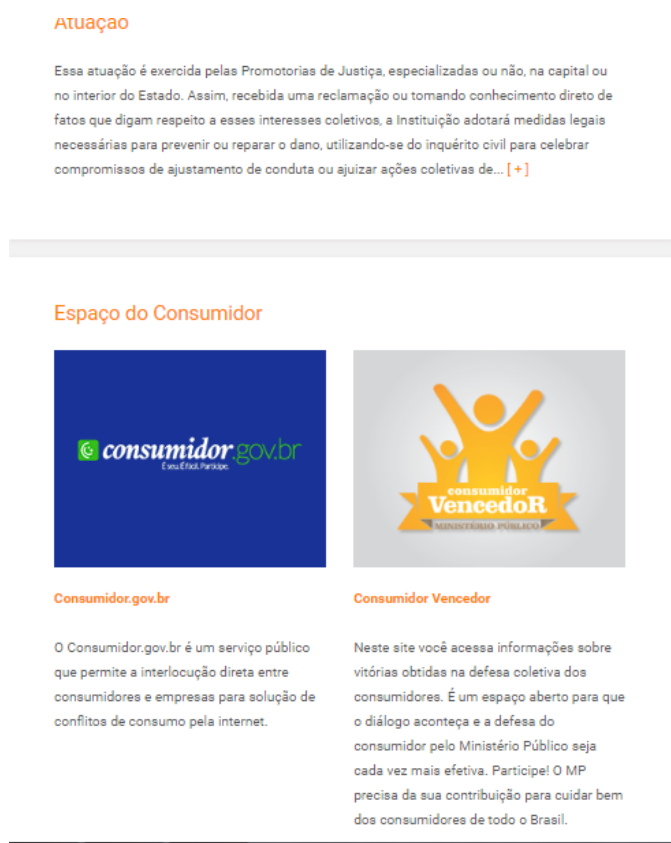


Imagem retirada do site do Ministério Público

4.4 Outros meios de Defesa do Consumidor

Como citado no item anterior, o próprio site do Ministério Público fornece informações de outros meios, e destaca-se um importante, o qual é o Consumidor.gov.br, um site que auxiliou e auxilia o consumidor de uma forma tão efetiva que levou a criação de um aplicativo próprio para celulares.

O site do Consumidor é um serviço público que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet.

Tem como um objetivo reunir as três partes, Consumidor, Fornecedor e o Estado e colocar transparência entre eles, resolvendo os conflitos. Dados fornecidos pelo próprio site diz que 80% das reclamações registradas no Consumidor.gov.br são solucionadas pelas empresas, que respondem as demandas dos consumidores em um prazo médio de 7 dias.

De forma semelhante ao consumidor.gov.br existe a plataforma Reclame Aqui, que é mais utilizada devido ao fato de ter reclamações de todos os tipos de estabelecimentos, diferente do Consumidor.gov.br que só há de estabelecimentos que aderem formalmente o serviço. O Reclame Aqui é muito utilizado pela sociedade antes de exercerem a compra de algum produto na internet, o consumidor entra no site, pesquisa sobre a empresa, se é seguro, se efetua a entrega e se o produto chega com qualidade. Todos os Feedbacks ficam visíveis, seja lá os positivos ou negativos, assim, informando o consumidor e fazendo com que a empresa tenha acesso ao contato do reclamante para poder resolver o devido problema.

Segue imagens das duas plataformas:

Consumidor.gov.br:



Imagem retirada do site do Consumidor.gov

ReclameAQUI

O que você procura?

Cada Fazer login

Categorias Compare Ranking Cadastre uma empresa Dúvidas frequentes Institucional Prêmio Blog RA RA+

Pesquise as reputações das marcas ou faça uma reclamação

Busque por uma empresa, produto ou serviço

Fale com mais de 500 mil empresas cadastradas no Reclame AQUI

O Reclame AQUI te aproxima das marcas que têm a confiança do consumidor!
Compre de modo mais seguro, pesquisando empresas e buscando uma solução para algum problema.

Faça uma reclamação	Cadastre uma empresa	Compare empresas	Ranking	Central de ajuda
---------------------	----------------------	------------------	---------	------------------

Ambas as plataformas com o mesmo objetivo, auxiliar e informar o consumidor antes de efetuar uma compra em devidos estabelecimentos. Com apenas alguns “clicks” o consumidor consegue saber de histórico de compras de pessoas e suas devidas reclamações e com isso evitar ter seus direitos violados.

Portanto, o consumidor pode se sentir seguro em confiar nesses meios, os quais auxiliam e proporcionam um serviço diferenciado, e como o site consumidor.gov é do governo, traz mais confiança para quem acessa.

30

5 CONCLUSÃO

Podemos analisar de forma conclusiva que mediante diversas práticas abusivas o consumidor sofreu com o passar dos anos e mesmo nos dias atuais, com a presente legislação, ainda tem seus direitos violados devido à ausência de conhecimento ou até mesmo a própria inocência, sendo “usado” pelo fornecedor que utiliza de sua má-fé para se beneficiar ou somente prejudicar o cidadão de bem.

Observamos e ressaltamos a evolução do Código de Defesa do Consumidor, que após sua criação inspirou diversos países devido a sua eficácia dentro dos problemas da época, como autores diziam, era o que havia de mais moderno, e, juntamente com uma ligação da Constituição Federal, passou a mostrar aos consumidores que existe amparo para seus respectivos problemas causados pelos estabelecimentos e fornecedores, com isso, conforme o passar dos anos, surgiram as definições das devidas práticas abusivas e entendimentos através de jurisprudências, órgãos competentes como os citados nesse trabalho e algumas sanções aos estabelecimentos e fornecedores.

Os órgãos que trabalham com a fiscalização obtiveram diversos resultados bons no passar dos anos. Não só conquistaram bons resultados como o número de opções para auxílio do consumidor cresceu, com isso, mais opções, mais resultados, vindas de formas acessíveis e fáceis ao consumidor, que com apenas alguns “clicks” podem fazer sua reclamação ou até mesmo se informar para aonde ir e iniciar o seu processo em busca de seus direitos.

Em relação objetiva, observa-se que não há 100% de resultados positivos, porém, como comentado anteriormente, é uma crescente, a qual com o agrupamento de todas as maneiras de resolução e auxílio de problemas terão resultados positivos. Como em uma sociedade existe pessoas de bem e infelizmente más, há certa dificuldade de obter o controle total dessas práticas abusivas, pois em diversas pessoas há a maldade, que é utilizada para se beneficiarem.

Visando uma melhoria para a sociedade, pode-se analisar e concluir que a disseminação dos meios que auxiliam o consumidor aumentam as resoluções dos problemas e fazem com que os mesmos diminuam principalmente de forma

extrajudicial. O investimento nesses órgãos é necessário, tanto investimentos estruturais como a necessidade de pessoas capacitadas para exercer esse trabalho, no caso a fiscalização e sanções de acordo com as leis e o auxílio aos consumidores.

Enfim, deve-se alentar para que as práticas abusivas sejam punidas pelos órgãos competentes, auxiliando o consumidor vulnerável na busca de seus direitos em uma relação consumerista frente ao sistema capitalista atual.

6 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica do consumidor. 7. ed. São Paulo: Saraiva, 2009..;
- BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406.htm>. Acesso em: 02 mai. 2022;
- BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Institui o Código de Defesa do Consumidor. Disponível em:< http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm>. Acesso em: 22 mai. 2022;
- BULGARELLI, Waldirio, Tutela do consumidor na jurisprudência brasileira e 'de lege ferenda'. Revista de Direito Mercantil, Industrial, Econômico e Financeiro, v. 49, 1983. p. 171
- FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de direito do consumidor. São Paulo: Atlas, 1991.
- GUGLINSKI, Vitor. Princípios norteadores do direito do consumidor. Jusbrasil, v. 1, n. 1, p.1-4, 20 set. 2011. Disponível em:< <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/121936231/principios-norteadores-do-direito-do-consumidor>>. Acesso em: 9 mai. 2022;
- MARQUES, Cláudia Lima. Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais. 4.ed. rev. atual.e ampl. São Paulo: RT, 2002.
- NOGUEIRA, Antônio de Pádua Ferraz. Considerações sobre os princípios do código de defesa do consumidor. São Paulo: Forense, 2004.
- RODRIGUES, José Ricardo Ruella. Evolução histórica do direito do consumidor. Disponível em:< <https://ruela.adv.br/evolucao-historica-do-direito-do-consumidor-2/>> . Acesso em: 01 mai. 2022
- TARTUCE, Flávio. Manual de Direito do Consumidor: Direito Processual e Material. 4. ed. São Paulo: Editora Método, 2015.
- NUNES, Rizzato. Curso de direito do consumidor. 10. ed. rev. e atual. – São Paulo: Saraiva, 2015.
- Reclame Aqui, 2022, Disponível em: < <https://www.reclameaqui.com.br>> Acesso em: 23 set. 2022;

Consumidor.Gov, 2022, Disponível em: < <http://www.consumidor.gov.br/>> Acesso em: 23 set. 2022;

Procon RS, 2022, Disponível em: < <https://www.procon.rs.gov.br/>> Acesso em: 23 set. 2022;

Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul, 2022, Disponível em: < <https://www.defensoria.rs.def.br/>> Acesso em: 23 set. 2022;

Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, 2022, Disponível em: < <https://www.mprs.mp.br/>> Acesso em: 23 set. 2022;