

INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE DIREITO

PRÁTICAS ABUSIVAS
NO FORNECIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS NAS RELAÇÕES
DE CONSUMO
CONFORME LEI 8.078/90

LUZIA MARLEIDE DE JESUS

SÃO MATEUS-ES

2019

LUZIA MARLEIDE DE JESUS

**PRÁTICAS ABUSIVAS:
NO FORNECIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS NAS RELAÇÕES DE
CONSUMO
CONFORME LEI 8.078/90**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré requisito para obtenção do Título de Bacharel de Direito, da Faculdade Vale do Cricaré, elaborado sob a orientação do professor e coordenador de curso Samuel Davi Garcia Mendonça.

**SÃO MATEUS-ES
2019**

LUZIA MARLEIDE DE JESUS

**PRÁTICAS ABUSIVAS:
NO FORNECIMENTO DE PRODUTOS E SERVIÇOS NA RELAÇÕES DE
CONSUMO
CONFORME LEI 8.078/90**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré requisito para obtenção do
Título de Bacharel de Direito, da Faculdade Vale do Cricaré,

Aprovada em ____ de _____ de 2019.

BANCA EXAMINADORA

**Coord. Samuel Davi Garcia Mendonça
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

**Prof.
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

**Prof.
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

Dedico este trabalho exclusivamente a DEUS, por me permitir chegar até aqui, sei que tudo veio no tempo certo e no tempo de Deus.

Agradeço primeiramente a DEUS, por ter me permitido sonhar e viver este sonho, por ter me reerguido, quando o desânimo me abraçou, me permitindo ser forte para concluir essa caminhada. Dedico também, aqueles, que de alguma forma contribuíram para que o sonho fosse possível.

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso tem por objetivo abordar as Práticas Abusivas nas relações de consumos e o que mudou no mercado consumerista desde que a LEI 8.078/90 entrou em vigor. Apesar da lei 8.078/90 está vigorando há 29 anos, ainda assim, o comércio, as instituições financeiras e indústrias não se ajustaram com eficiência na proteção dos direitos do consumidor; sendo muitas práticas abusivas vivenciadas no mercado de consumo, por consumidores que desconhecem os seus direitos. O Código de Defesa do Consumidor, foi criado para proteger o consumidor em todos os núcleos que tenha relação de consumo, muitos são os contratos celebrados onde estão recheados de cláusulas abusivas na intenção clara de lesar o contratante e que não são percebidas no ato da assinatura. As práticas abusivas são encontradas em quase todos os universos que envolvem as relações de consumo, onde por falta de conhecimento o consumidor acaba cometendo alguns erros ao adquirir um produto ou mesmo na contratação de serviços.

Palavras-Chave: Práticas abusivas nos fornecimentos de serviços e produtos.

SUMARIO

INTRODUÇÃO.....	8
1.EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.....	11
2.EM 11 DE SETEMBRO DE 1990 PROMULGADA A LEI 8.078/90.....	21
2.1 EM MARÇO DE 1991, ENTRA EM VIGOR O CDC.....	21
3.PRÁTICAS ABUSIVAS QUANDO CONSTATADO OS VÍCIOS.....	27
3.1 NAS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS.....	27
3.2 VÍCIOS DE FÁCIL CONSTATAÇÃO.....	31
4. PRODUTOS ADQUIRIDOS FORA DO ESTABELICIMENTO COMERCIAL.....	38
4.1 DIREITO DE ARREPENDIMENTO.....	38
4.2 FRAUDES VIRTUAIS NAS COMPRAS ONLINE.....	40
5. PRÁTICAS ABUSIVAS NAS INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS.....	42
5.1 PORTABILIDADE DE CRÉDITO.....	42
6. CONCLUSÃO.....	51
7.REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	54

INTRODUÇÃO

O código de Defesa do Consumidor foi promulgado em 11 de setembro de 1990, e em 11 de março de 1991 foi inserido no ordenamento jurídico brasileiro introduzindo novos conceitos nas relações comerciais. Porém, ainda nos dias atuais existe no Brasil uma camada da população que desconhecem os seus direitos enquanto consumidor, pelo simples fato de não ter acesso as leis e aos órgãos competentes que prestam serviços a população e que não chega a todos os cidadãos.

De modo, que a falta de informação colabora para vitimar os mais vulneráveis, e essa vulnerabilidade torna o consumidor alvo fácil, tornando-se vítimas do sistema por total desconhecimento das leis que os protegem e os amparam daqueles que desejam aproveitar de sua deficiência do saber.

Com desenvolvimento populacional, as indústrias, o comércio e os produtos lançados no mercado, também progrediram, e forma de consumir originaram novos cenários e nesses cenários surgiram outros comércios com roupagens modernas, transformando-se em grandes magazines. Essas novas estratégias deram origem as transformações comerciais, atingindo também as plataformas virtuais.

Contudo, com o acesso rápido aos produtos, foram surgindo novas formas de pagamentos, ficando o consumo mais acessível ao consumidor devido á circulação dos cartões de créditos. Neste avanço tecnológico a maioria dos consumidores tem acesso a essa modalidade de pagamento em todas as plataformas comerciais.

No entanto, devido a essas facilidades ao crédito, alguns consumidores enfrentam alguns problemas quando os produtos não atendem suas especificações, precisando para isso, do auxílio do fornecedor para resolvê-los. Geralmente são produtos com algum tipo de vício, onde o artigo 18 do CDC ampara o consumidor nesta situação, porém em alguns casos, tende a encontrar resistência do fornecedor.

Desde que a lei 8.078/90 começou a vigorar, muitos fornecedores não tem consciência da sua função no mercado, e no rol desses fornecedores, estão aqueles que atendem o comércio com produtos duráveis e não duráveis, deixando o consumidor a mercê do problema. Em algumas situações por falta de informação adequada, com o direito do consumidor, enquanto outras, pela incapacidade de entendimento com a lei que protege as relações comerciais no âmbito jurídico. São

problemas oriundos, pela falta de vontade em resolver o conflito, causando aborrecimentos desnecessários e abrindo lacunas a reclamações aos órgãos de proteção ao consumidor.

O artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor, por falta de entendimento com a redação do artigo, gera alguma confusão na resolução de conflitos, em relação à troca de produtos no prazo de 07(sete) dias. Essas situações surgem, justamente pela falta de entendimento com a redação do art.18 do CDC, devido ao prazo de troca, em que algumas lojas físicas fazem a troca, no prazo de sete dias por liberalidade. No entanto, o direito a troca nesse prazo, são para compras realizadas fora do estabelecimento comercial, conforme leciona o art. 49 do CDC.

Quando o CDC começou a vigorar, nem imaginava a possibilidade de compras através de lojas virtuais e que esse mercado teria um crescimento tão rápido, já que nessa época nem se comentava sobre este tipo de serviço e de consumo. Entretanto, o CDC em seu artigo 49, sua interpretação era justamente para amparar os consumidores nas compras feitas através de vale postal e contratos assinados fora do estabelecimento comercial, porém, com o advento da internet, esse mesmo artigo também trouxe uma leitura atual, para proteger os consumidores nas compras online, ou seja, realizadas através dos sites de vendas virtuais.

Com o surgimento de outras formas de consumo, o consumidor foi inovando seus hábitos no modo de comprar, porém ficou mais vulnerável ao sistema, por tratar-se de um mundo desconhecido, onde construir esta relação, fornecedor e consumidor de forma virtual não é fácil, visto que alguns sites são falsos, trazendo uma série de prejuízos nessa seara virtual, em relação às práticas abusivas, que são vivenciadas por consumidores que já foram lesados. O artigo 39 do CDC é bem esclarecedor quanto essas práticas, não só virtual mais também em lojas físicas, onde neste quesito, existem nos Procons, muitas demandas de reclamações preliminares. Dentre as reclamações de práticas abusivas estão às instituições financeiras, as quais contribuem com o volume de reclamações nos Procons, estaduais e municipais. Entre elas, estão os créditos consignados e a portabilidade, que são operações financeiras realizadas, muitas vezes por telefone, onde o consumidor é induzido ao erro. São muitos os casos em que o consumidor não solicitou esses serviços e pela vulnerabilidade e falta de conhecimento neste tipo de operação financeira, a mesma acaba sendo realizada, sem o prévio consentimento

da outra parte, dentre estes consumidores estão um rol extenso de aposentados que não desejam mais serem lesados em seus direitos.

Esses são os pontos mais relevantes para elaboração deste trabalho, onde haverá o relato de um caso concreto, na questão da portabilidade de créditos, para melhor entendimento dos fatos. Nesta narrativa não haverá identificação das partes envolvidas para a narração dos fatos aqui expostos.

01- EVOLUÇÃO HISTÓRICA DO CÓDICO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O código de Defesa do Consumidor é um tema recente no âmbito jurídico, por se tratar de uma norma com menos de três décadas em vigência no Brasil. Todavia é possível dialogar sobre esse processo consumerista, adentrando nos fatos da evolução histórica com a revolução industrial do aço e do carvão na Inglaterra nos séculos XVIII e XIX, tendo início também na Europa e Estados Unidos. Todavia. Essa época foi marcada com uma demanda maior na fabricação dos produtos, advindos das máquinas que eram operadas a vapor, nesse sentido, houve um aumento na produção industrial, de forma que o manejo artesanal foi sendo substituído.

Entretanto, diante desse desenvolvimento industrial, naturalmente ocorreram outros fatores oriundos dessas indústrias que despertasse nas populações o desejo de migrar para zonas urbanas.

De acordo com Fabrício Balzan (2017, p.33) “esse novo contingente populacional começou, ao longo dos tempos, a manifestar ávido interesse pelo consumo de novos produtos e serviços capazes de satisfazer suas necessidades materiais”. E percebendo o interesse de consumir novos produtos, os fabricantes aumentaram suas produções.

No entanto, conforme relata, BALZAN, 2017, p33

Diante da sociedade que se formava os fabricantes e produtores, além dos prestadores de serviços, começaram a se preocupar com atendimento da demanda, que houvera aumentado em seu aspecto quantitativo, mas deixaram para segundo plano o caráter qualitativo.

Isto é, havia uma preocupação com a quantidade de produtos a serem disponibilizados no mercado, porém a qualidade destes era ignorada durante a fabricação.

Neste contexto de evolução histórica consumerista, podemos perceber que já existia uma exigência do consumidor em busca de produtos de qualidade, no entanto, as indústrias ignoravam esse apelo populacional, por não existir concorrências de mercado. Ocorre que com o crescimento industrial, surge também o mercado concorrencial.

Conforme leciona COELHO, Ulhôa Fábio, 2017, p 73.

a liberdade de concorrência garante o fornecimento, ao mercado, de produtos ou serviços com qualidade crescente e preços decrescentes ao competirem pela preferência do consumidor, os empresários se empenham em aparelhar suas empresas visando à melhoria da qualidade dos produtos ou serviços”. (COELHO, 2017)

Desse modo, em razão da competitividade, as indústrias buscam novas estratégias para inovar seus produtos e atrair grande parte de fornecedores que representam seus produtos na esfera comercial. Neste cenário, Fabrício BALZAN, (2017, pg. 33) considera que as mudanças, no modo de consumo, são provocadas pelo meio sociais, ou seja, seguindo a lógica da evolução consumerista, em relação aos novos costumes adotados ao longo da evolução humana.

No entanto, os fabricantes desses produtos não tinham como conceito, apresentar produtos de qualidade, já que o foco principal era o abastecimento do mercado, deixando a população a mercê de produtos sem precedentes.

Todavia, de acordo com Fabrício Balzan, 2017, p 34.

Com essa nova filosofia de mercado, problemas começaram a surgir. Evidentemente, quando o fornecedor passa a prezar pela quantidade em detrimento da qualidade, o consumidor depara-se com produtos e serviços ou portadores de defeitos que lhe causarão prejuízos de ordem econômica ou física, respectivamente. Infelizmente o direito, existente à época não estava preparado para solucionar problemas oriundos de tais problemas.

Neste contexto histórico, há época, as garantias contratuais eram unilaterais, não existia a vontade do consumidor se o produto apresentasse algum tipo de defeito por não existir leis que tutelasse a lide em questão. Estes fatos advindos dos séculos passados foram primordiais para o avanço de leis de proteção do consumidor. Nos dias atuais, essas práticas seriam consideradas como abusivas, tratando-se da vulnerabilidade do consumidor e vantagem manifestamente excessiva do fornecedor.

Dessa forma, era um sistema de consumo de produtos onde o fornecedor tinha total conhecimento sobre as regras de produção, sendo conivente em colocar no comércio maior quantidade de produtos sem qualidade, para atender uma demanda maior da população.

Por conseguinte, de acordo com os escritos históricos, identificados no código de Hamurabi, o qual foi editado no Império Babilônico, algumas circunstâncias da época, já tinha a responsabilidade objetiva, da forma que era gerido o consumo,

mesmo não existindo muitos produtos para ofertar, todavia o consumidor não possuía qualquer poder de negociação conforme observado por Vitor Gunglinski, (2013) “Visando defender os compradores de bens e serviços, o Rei Hamurabi impingiu uma forte legislação, contendo regras como a dos artigos 229 e 233 do código de Hamurabi, que 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”. Só que a lei nessa época era a lei do Talião, dente por dente, olho por olho. Ou seja, quem mata, também merece morrer. Neste caso a casa caiu, o pedreiro não desejava a morte de quem contratou os seus serviços, no entanto, a regra era essa, e não, no meio termo.

Neste sentido, a história revela que desde a idade antiga, existia a cobrança pelos direitos, porém não existiam as leis que tutelavam as pessoas em seus direitos básicos. A lei desse tempo era a lei do mais forte, conforme conferido no código de Hamurabi, logo, quem as desobedeciam era severamente castigado até a morte.

Conforme observado no artigo 229, do Código de Hamurabi. Mesmo sem qualquer evidência que o contratado não desejava causar qualquer prejuízo ao contratante, ou seja, ao consumidor, ainda assim, não era possível defender-se em causa própria, já que a sentença (morte) estava decretada.

Seguindo o artigo 223 do código de Hamurai, ele nos mostra como era sanado o prejuízo causado ao contratante, citado por (Gunglinski, 2013).

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”. Neste caso, aqui será feito a reparação do dano causado ao consumidor, o pedreiro assumirá à custa dos prejuízos outrora causados ao seu cliente, aqui já se pode mencionar da boa fé objetiva e responsabilidade contratual, que também estão presentes no código de defesa do consumidor e em nosso ordenamento jurídico.

Logo, no Código de Defesa do Consumidor, o art. 12 da lei 8.078/90 do CDC leciona que;

o fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador respondem, independentemente da existência de culpa, pela reparação dos danos causados aos consumidores por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos.

Contudo, estamos há anos luz do Código de Hamurabi, onde viviam sobre o domínio dos reis, numa época de bárbaros de um povo sem lei, onde a única lei, dominante, foi escrita nas pedras pelo rei Hamurabi, que era o juízo daquele aglomerado. Sendo o Código de Hamurabi, uma doutrina verbal, as palavras tinha poder e eram usadas com muito rigor e punindo aqueles que as desobedecessem. Nestes conflitos a autoridade máxima para julgar as lides era os reis, onde as regras eram ditas por eles, e quem cometia erros responderiam pelos mesmos. No caso da construção do muro e o mesmo desmoronou, o construtor que causou o dano, teria que levantar outro, sem causar qualquer prejuízo a quem os contratou, neste caso o único dano sofrido, foi material, sendo a vida preservada.

As exigências por produtos de qualidade da época da revolução industrial se perpetua no mundo contemporâneo, onde houve o aumento da demanda e com ela, a competitividade entre os concorrentes, tornando-se um ciclo vicioso nesse mercado consumerista.

No que tange a inovação do mercado, hoje é grande a variedade de marcas e de produtos para atender as exigências dos consumidores, e dentre essas marcas, existem as grandes indústrias que deseja atingir o seu público alvo na intenção de oferecer o que de melhor existe na linha de produção, com o intuito de vencer a cadeia concorrencial.

Essa concorrência desenfreada, nada mais é, que um processo de rivalidade, de quem procura superar seus rivais, com seus serviços e produtos, garantindo preços e qualidade ao consumidor.

Todavia, nesses emaranhados de rivalidade, temos os pequenos fabricantes que concorrem em igual “pensamento” com os grandes fabricantes, já que existe uma cadeia enorme de consumidores para todos os tipos de produtos, permitindo que todos busquem o que melhor atendem suas perspectivas de poder de aquisição. Dessa forma, nesse mercado competitivo, onde todos querem resultados positivos, o consumidor é a moeda mais valiosa, quando o assunto é impingir-lhe seus produtos ou serviços.

De acordo com João Batista ALMEIDA, 2002, pg 01.

o consumo é parte indissociável do cotidiano do ser humano. É a verdadeira afirmação de que todos nós somos consumidores, independentemente da classe social e da faixa de renda, consumimos

desde o nascimento e em todos os períodos de nossa existência. (ALMEIDA, 2002).

E neste universo consumerista, as indústrias estão sempre vigilantes na movimentação do mercado e no comportamento do consumidor, criando e buscando novas tecnologias e estratégias para inovar seus produtos, na intenção de atingir seu público alvo.

Ainda de acordo com a cronologia dos fatos históricos, no entendimento de (GUNGLINSKI, 2013), podemos então constatar,

Que foi nos Estados unidos os primeiros movimentos em defesa do consumidor, de que se têm notícias, já no final do século XIX, conforme os acontecimentos da época, onde o mercado já havia sinalizado algumas mudanças de comportamento.

Atraves desses movimentos, em busca de garantias fundamentadas, começa a surgir às leis para proteger o consumidor, onde a edição da Lei Sherman, foi a primeira a interferir nas relações de consumo. Pelos relatos históricos, as fraudes aos sistemas já existiam desde os séculos passados.

e para punir esses fraudadores foi criada a Lei Sherman, a edição Sherman ANTITRUST ACT começou a vigorar no ano de 1872, onde leciona que : “cuja finalidade era reprimir as fraudes praticadas no comércio, além de proibir comerciais desleais como, por exemplo, a combinação de preços e os monopólios”. Como podemos observar os cartéis já eram percebidos desde o ano de 1872 conforme edição da lei Sherman. GUNGLINSKI, 2014

Seguindo a evolução econômica e concorrencial, a história dá conta que o surgimento dos órgãos de defesa do consumidor, ganhou força, após a edição da Lei Sherman de 1872, quando surge em Nova York “Consumir League”, o primeiro órgão de defesa do consumidor, fundado por Josephine Lowell, em 1936 nasce o “Consumers Union” tornado-se o maior órgão de defesa do consumidor do mundo. Dentre suas atribuições estava a de publicar revistas e material didático para a orientação dos consumidores. E quase um século depois, onde o consumidor americano, já tinha conhecimento dos seus direitos como consumidor, eis que no ano de;

“1962 – No dia 15 de março o presidente Kennedy emite mensagem ao Congresso Americano, tornando-se o marco do que hoje chamamos de consumerismo”. A mensagem presidencial reconhecia,

em síntese, que “consumidores somos todos nós”, na medida em que a todo o momento praticamos inúmeras relações de consumo. Kennedy afirmava que os consumidores seriam o maior grupo da economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, fossem públicas ou privadas. Todavia, seria o único grupo importante da economia não eficazmente organizado, cujos clamores quase nunca seriam ouvidos. Na mensagem ao Congresso, conclamava o Estado a voltar suas atenções a esse grupo e, ainda, listou uma série de direitos fundamentais dos consumidores, a saber: 1– Direito à saúde e à segurança; 2– Direito à informação; 3– Direito à escolha; 4– Direito a ser ouvido. (<https://vitorgug.jusbrasil.com.br>, 2013)

Por conseguinte, foi com esse diálogo que o presidente John Kennedy, sinalizou aos americanos como seria o futuro consumerista para as próximas gerações. Como já era de esperar, muitas mudanças ocorreram nessas últimas 09(nove) décadas, e com ela o nascimento de outras indústrias e um público mais exigente no modo de consumir. Entretanto, mesmo com toda essa revolução comercial e tecnológica o direito de ser ouvido, ou seja, de reclamar, não é permitido a todos, pela falta de respeito, que muitos consumidores sofrem, diante da inércia absoluta de sua incapacidade de entendimento com a lei, onde não conseguem fazer ouvir o seu clamor, quando são lesados em seus direitos.

De acordo com João Batista ALMEIDA, 2002, p. 05.

Foi em 1985 o avanço mais importante. Pela resolução nº 39/248 de 16 de abril, quando ONU baixou normas sobre a proteção do consumidor, tomando clara posição cuidando detalhadamente do tema. Ao fazê-lo, reconheceu expressamente “que os consumidores se deparam com desequilíbrios, em termos econômicos, níveis educacionais e poder aquisitivo (ALMEIDA, 2002)

Esses desequilíbrios, citado pelo autor, confere perfeitamente aos dias de hoje, quando não é permitido ao consumidor o poder de negociação, nas relações de consumo com o fornecedor, onde até por falta de conhecimento o consumidor em muitos momentos são lesados, por desconhecer a lei que o tutela nessas lides.

Historicamente, em relação á Europa esse movimento consumerista teve grande avanço, após a Segunda Guerra Mundial, com o surgimento de várias entidades que desejava proteger o consumidor.

Conforme demonstram os fatos históricos elencados e citados por (GUNGLINSKI, 2013)

A necessidade de uma cooperação internacional após a Segunda Guerra Mundial, visando especialmente a reconstrução da Europa no pós-guerra, bem como a natural expansão do mercado, ocasionada

pelo regime capitalista, proporcionaram o crescimento e a criação de diversos organismos com vistas à proteção e defesa do consumidor na Europa e em outros países.

Nestes termos de acordo GUNGLINSKI, 2013 segue a cronologia dos avanços das leis consumerista;

1948 - Com a intervenção dos EUA, foi criada a ORGANIZAÇÃO EUROPÉIA DE COOPERAÇÃO ECONÔMICA (OECE), com o objetivo essencial de administrar o auxílio financeiro americano proporcionado pelo Plano Marshall.

1960 - Os países membros da OECE, com a adesão dos EUA e do Canadá, decidiram alargar o campo de atuação daquela organização, passando a ajudar os países em desenvolvimento. Naquele mesmo ano, foi assinado em Paris o tratado que extinguiu a OECE e instituiu a OCDE (Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico Europeu), sendo, ainda, no mesmo ano, criado o IOCU (International Organization of Consumers Union).

1971 – Na Suécia, a proteção do consumidor passa a contar com o Ombudsman e o Juizado de Consumo, cujo modelo, mais tarde, seria seguido pela Noruega, Dinamarca e Finlândia.

1976 - A Comissão dos Consumidores, originada a partir da OCDE, criou a Carta dos Consumidores, tornando-se o primeiro documento oficial na Europa a versar sobre Direito do Consumidor. Tal Carta, embora se mostrasse um documento bastante sintético, serviu de inspiração para a Resolução 87/C092/01 de 1975 (Conselho da Europa), estabelecendo um programa preliminar da CEE para uma política de proteção e informação do consumidor.

1977 – Foi criado, na Inglaterra, o Unfair Contract Terms Act, consistente num sistema de defesa do consumidor que objetivava o reconhecimento da nulidade de cláusulas abusivas, notadamente aquelas que viessem a excluir a responsabilidade e riscos do fornecedor, fora dos requisitos de razoabilidade, sendo que, naquele caso, a razoabilidade possuía caráter objetivo, segundo padrões consagrados.

Na França, a legislação consumerista é vasta. Em 1973, foi editada a Lei Royer, destinada à proteção do pequeno comércio e do artesanato, a qual continha normas de regulamentação da publicidade ilícita e a permissão de exercício da ação civil pelas associações de consumidores. Criou-se ainda, em 1978, a Lei nº 78-22, conhecida como Lei Scrivner, controladora das cláusulas abusivas, e a Lei nº 78-23, que em seu artigo 35 elenca os elementos caracterizadores da abusividade nas relações de consumo. Em 1995, foi editada a lei nº 95-96, que modificou alguns artigos do Código do Consumo (Code de la Consommation), introduzindo o art. 132-1, prevendo que, nos contratos concluídos entre profissionais e não profissionais ou consumidores, são abusivas as cláusulas que criem, em detrimento do não profissional ou consumidor, um desequilíbrio significativo entre os direitos e obrigações das partes contratantes. Figura interessante, recentemente incorporada pelo direito francês é o chamado superendividamento, caracterizado pela concessão desordenada de créditos a consumidores já endividados.

No direito italiano, ao contrário do que prescreve a lei consumerista brasileira e a alemã, as cláusulas abusivas nos contratos de consumo não são nulas de pleno direito. Segundo o artigo 1.341 do Código Civil Italiano, as cláusulas abusivas podem ter eficácia, uma vez que especificamente aprovadas por escrito, sendo que a “aprovação”, nesse sentido, traduz a idéia de consentimento. Vale aqui, então, transcrever o teor do dispositivo acima citado, que estabelece in verbis: Art. 1.341 – As condições gerais do contrato previamente estabelecidas por um dos contratantes serão eficazes em relação ao outro se, no momento da conclusão do contrato, forem do conhecimento deste último ou se deveriam sê-las de seu conhecimento segundo o critério de diligência ordinária.

Nota-se, então, que o princípio da autonomia da vontade, conservando o aforismo *pacta sunt servanda*, ainda se faz presente em plano primário na lei italiana. Entretanto, o código italiano traz a boa-fé expressa em seus artigos 1.175 e 1.337. O primeiro dispositivo prescreve que o devedor e o credor devem se comportar segundo regras de correção, enquanto o segundo diz que as partes, no desenvolvimento e na formação do contrato, devem se comportar segundo a boa-fé. Ou seja, o dever de conduta segundo as regras de correção e o dever de comportamento segundo a boa-fé nada mais traduzem do que a boa-fé objetiva, pois ambos os dispositivos citados consagram uma regra de comportamento.

As normas consumeristas espanholas e portuguesas também contribuíram para a formação do sistema jurídico brasileiro.

No ordenamento espanhol, o artigo 10 da lei General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios disciplina a boa-fé nos contratos de consumo.

Em Portugal, o Decreto-Lei nº 446/85 de 25 de outubro de 1985 proíbe as cláusulas contratuais contrárias à boa-fé. Semelhantemente à lei consumerista brasileira, o Código Civil português, em seu artigo 227, procurou resguardar os contratos em suas fases preliminares e de formação, dispondo que as partes devem proceder segundo as regras de boa-fé, prevendo, ainda, a reparação por ato ilícito por aquele que culposamente causar danos à outra parte.

Importante diploma civilista, também inspirador do sistema brasileiro é o Código Civil alemão (BGB). Estabelece o § 242 do referido estatuto que o devedor está adstrito a realizar a prestação tal como o exija a boa-fé, com consideração pelos usos e costumes de tráfego. A doutrina brasileira destaca que o inciso IV do artigo 51 do nosso Código de Defesa do Consumidor foi inspirado no § 9º da lei das Condições Gerais dos Negócios (AGB-Gesetz) que, além de adotar o princípio da boa-fé, proibiu o estabelecimento de vantagem exagerada a uma das partes na relação de consumo. Nelson Nery Júnior frisa que a regra contida no § 242 do BGB não só é válida para as relações consumo, mas para todas as relações jurídicas. Outro traço interessante no direito alemão diz respeito aos §§ 10 e 1 da AGB-Gesetz, que prevêm as listas negra e cinza, respectivamente. Trata a primeira das cláusulas contratuais absolutamente ineficazes, e a segunda das relativamente ineficazes. Destaque-se que tal divisão é de cunho doutrinário.

Além das legislações acima citadas, o direito do consumidor alemão goza ainda de legislações específicas, como a *VerbrKrg* (Lei de crédito ao consumo), criada em 1990 com a finalidade regular os contratos de crédito e os contratos de agenciamento de crédito, privilegiando a posição do consumidor, que pode, por exemplo,

revogar unilateralmente o contrato. Há também a HaustWG (Lei sobre a revogação de negócios realizados na porta de casa e negócios semelhantes) que, inclusive foi alterada pela lei anteriormente mencionada. Essa lei contém um traço interessante acerca da declaração de vontade, levando-se em conta o local da declaração. Harriet Christiane Zitscher assinala que tal declaração “deve ser manifestada no local de trabalho do consumidor ou na sua residência privada; quando terceiro leva a algum local; ou nas ruas ou meios de transporte”. É importante lembrar que as legislações acima referidas aplicam-se no campo da proteção contratual do consumidor. Mas há também outras legislações específicas objetivando a proteção extracontratual do consumidor. Como exemplo citamos a ProdHaftG de 1989, conhecida como Lei sobre a responsabilidade por produtos defeituosos e a ProdSG de 1997 (Lei sobre a exigência de segurança de proteção e para a proteção do símbolo CE). Essa lei foi criada com o objetivo de regulamentar as exigências de produtos e para que possuam a informação CE, que identifica a origem do produto como sendo a União Européia (ZITSCHER, Harriet Christiane. Introdução ao Direito Civil Alemão e Inglês. Belo Horizonte: Del Rey, 1999).

Nota-se, então, através do estudo da legislação alemã, que o nosso direito do consumidor acabou por se inspirar em grande parte naquele sistema, que consagra o direito à proteção e à informação, o direito à proteção da saúde e segurança, direito à proteção de seus interesses econômicos, direito ao ressarcimento do dano sofrido, direito à instrução e formação e o direito à representação (direito de ser ouvido).

Conforme observado através da evolução histórica consumerista, o código de defesa do consumidor, quando editado no Brasil, teve como Inspiração as leis oriundas de outros países em relação as experiências vivenciadas que norteava o direito do consumidor.

Quando na década 60, precisamente no de 1962, o Presidente Kennedy em seu discurso ao povo americano, já sinalizava em defesa do consumidor a criação de leis que amparasse as lides, dando lhes mais direitos a serem ouvidos, isso significava que até então, o maior direito era conferido aos fornecedores, onde o consumidor não tinha direito á manifestação. No entanto, com as mudanças nos cenários da política e com as exigências de um país consumerista, esse direito foi tutelado ao consumidor.

Segundo João Batista Almeida, (2002, p 16);

o objetivo importante dessa política é a postura do Estado em garantir a melhoria da qualidade de vida a população consumidora, quer exigindo respeito à sua dignidade, quer assegurando a presença no mercado de produtos e serviços não nocivos á vida, a saúde e à segurança dos adquirentes e usuários (ALMEIDA, 2002).

Neste aspecto vale ressaltar que todo consumidor, pessoa jurídica ou física, individual ou coletivo tem direito de reclamar pelos produtos e serviços que não atenderem as suas expectativas conforme estabelecidos nos projetos de fabricação do produto ou na execução dos serviços.

Igualmente, no que se refere às ocorrências dos consumidores nas relações de consumo, vale também ressaltar, que a política de consumo não será eficaz se não houver a ação dos Procons para orientar o consumidor e fornecedor sobre os princípios básicos que norteiam essas relações.

2- EM 11 DE SETEMBRO DE 1990 PROMULGADA A LEI 8.078/90

2.1- Em 11 De Março De 1991 Começa a Vigorar o CDC

Conforme as demandas nos cenários da política e as exigências de uma lei que norteasse as relações de consumo e que protegesse o consumidor em seu direito, o Código de Defesa do Consumidor, no Brasil, foi um grande acontecimento na esfera jurídica.

Segundo prescreve Felipe Braga NETTO, 2016, P 31.

O Código de Defesa do Consumidor foi aprovado por unanimidade nas duas casas do Congresso – talvez seja a mais importante lei da segunda metade do século XX, e no direito privado brasileiro, uma lei feita, por assim dizer, para o futuro, que dialoga com as gerações que chegam e que incorpora novos conhecimentos e novas soluções para problemas inéditos. (NETTO, 2016)

Neste contexto histórico Felipe Braga NETTO, 2016, p33 esclarece que o consumidor só passou a ter voz, após a Constituição de 1988, quando;

O consumidor de categoria marginal até o início dos anos 80, com advento da Constituição de 1988 passou a ser expressão de luta e uma categoria de cidadania prevista no art. 5º, inciso XXXII, da Carta de Outubro, ao estabelecer que o Estado promoveria na forma da lei, a defesa do consumidor, e no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, ao determinar que o Congresso Nacional elaboraria o Código de Defesa do Consumidor no prazo de 120 dias da promulgação da Constituição, o que resultou na edição da lei 8.078/90 de 11 de setembro de 1990.

Contudo, o Código de Defesa do Consumidor, após dois anos da promulgação da Constituição Federal de 1988, foi editado nos termos dos arts. 5º, XXXII, e 170, V e do art. 48 da ADCT Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, conforme conferido no (Vade Mecum, 2015) os seguintes artigos;

Art. 5 º, XXXII - O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

Art. 170, V - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: [...] defesa do consumidor.

no art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, ao determinas que o Congresso Nacional elaboraria o Código de Defesa do Consumidor no

prazo de 120 dias da promulgação da Constituição, o que resultou na edição da lei 8.078/90 de 11 de setembro de 1990.

Desta forma indo mais além, encontramos nas instruções da Constituição Federal, outros dispositivos que tutelam as relações consumeristas nos termos dos artigos:

Art. 24, VIII - Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre: [...] responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico.

Art.37, § 6º - As pessoas jurídicas de direito público e as de direito privado prestadoras de serviços públicos responderão pelos danos que seus agentes, nessa qualidade, causarem a terceiros.

Art. 150, § 5º - A lei determinará medidas para que os consumidores sejam esclarecidos acerca dos impostos que incidam sobre mercadorias e serviços.

A edição do Código de Defesa do Consumidor no Brasil se arrastou após longos debates no Congresso Nacional, após a promulgação da Constituição de 1988, e, em 11 de setembro de 1990 e finalmente foi editada a lei de nº 8.078/90, começando a vigorar em 11 de março de 1991, trazendo novos anseios ao mercado consumerista através de uma nova legislação. Antes do CDC, a lei que regia as relações de consumo era código civil de 1916, porém após uma década, foi substituído pelo Código Civil de 2002.

De acordo TARTUCE, Fábio 2016, p 18.

Os defensores dos consumidores, como presente autor, não devem temer o Código Civil de 2002, como temiam o Código Civil de 1916, norma essencialmente individualista e egoísta. Como o Código Civil de 2002, pode servir também para a tutela efetiva dos consumidores, como verá, superar-se, então, no que tange aos contratos, a ideia de o Código Consumerista seria um microsistema jurídico, totalmente isolado do Código Civil 2002. (TARTUCE 2016)

Neste sentido, o Código Civil dialoga constantemente com os artigos do Código de Defesa do Consumidor em quaisquer lides consumeristas conflitantes. Neste quesito, o consumidor além de ter a proteção de uma lei que tutela o seu direito, tem o diálogo de outras fontes.

No início da década de 90, quase não se falava sobre a lei de proteção ao consumidor, principalmente nas cidades de interior, onde pouco era divulgado e o

consumidor não era tão atestado, como nos dias de hoje. Mas com a abertura dos Procons Estaduais, aos poucos os municípios também foram integrando essa rede de proteção ao consumidor. Contudo, com a grande demanda nas relações de consumo, o código de defesa do consumidor, atingiu grandes proporções, a partir dos anos (2000). Como exemplo, só no estado do Espírito Santo, dos 78 municípios, “37 deles tem um Procon instalado, onde os mesmos são mantidos pelas prefeituras municipais, por meio de decretos”. (PROCON.es.gov.)

Assim, podemos observar, que nessas décadas ocorreram muitas transformações, leis e decretos foram criados até chegar a edição da lei 8.078/90 a qual tutela os direitos básicos do consumidor. Entretanto, neste universo jurídico e mesmo dialogando com a lei, ainda é possível a ocorrência de casos de abusividade no momento de contratar serviços ou adquirir produtos, em detrimento da fragilidade do consumidor. É sabido, que existem muitos serviços ofertados no mercado com a clara intenção de lesar e levar vantagens, conforme prescreve o artigo 39 do CDC, “aproveitando da idade, fragilidade e ignorância do consumidor, para impingir-lhe seus produtos e serviços”.

Entretanto, para o consumidor ter seus direitos tutelados e receber atendimento do Procon no Brasil, até a lei 8.078/90 entrar em vigor, demorou alguns anos, no entanto, segundo João Batista ALMEIDA, 2002, p 24 o primeiro Procon instalado no Brasil,

“foi em São Paulo no ano de 1977, com base em uma legislação totalmente desatualizada e ineficiente”. conforme relatos desse mesmo autor “em 1985 essa proteção foi reforçada com o advento da Lei 7.347, instituída pela ação civil pública para tutela dos interesses difusos e coletivos, e a criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, no âmbito da administração federal”. (ALMEIDA, 2002)

Nestes termos, segundo Fabrício BALZAN, (2017, p 48), o Código de Defesa do Consumidor é considerado “uma lei principiológica, isto é, constituída de uma série de princípios que possuem como objetivo maior conferir direitos aos consumidores, que são vulneráveis da relação, e impor deveres aos fornecedores”. Conforme destaca o caput do art. 4º do Código de defesa do consumidor, estabelece que;

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:" (Vade Mecum, 2015).

Já no inciso I, desse mesmo artigo esclarece sobre "o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo"; e de acordo com Fabrício BALZAN, 2017, 45 e 46, o mesmo ensina;

que os princípios na conotação de norma com grau de generalidade relativamente alto ou de mandamento nuclear, de alicerce do sistema jurídico e de disposição fundamental estão disciplinados no CDC da seguinte forma: princípios gerais, previsto no art. 4º, direitos básicos do consumidor no art. 6º, princípios específicos, em especial aqueles referentes à publicidade e aos contratos de consumo; e princípios complementares, com destaque para os princípios constitucionais afetos as relações de consumo e princípios complementares. , com destaque para os princípios constitucionais às relações de consumo (BALZAN, 2017).

São vários os princípios fundamentais que disciplinam as relações de consumo, no entanto, essa tutela que reconhece a vulnerabilidade do consumidor no universo consumerista, não intimida que fornecedores com intenção de lesar, faça uso de alguma prática abusiva no contexto comercial, aproveitando da fragilidade do consumidor, para ofertar seus produtos.

Em regra, leciona Fábio TARTUCE, 2016, pg 34.

Com efeito, há tempos não se pode falar em poder [...] antes presente entre as partes negociais, nem mesmo em posição de equivalência na relações obrigacionais existentes na sociedade de consumo. Os antigos elementos subjetivos da relação obrigacional [...] ganharam nova denominação no mercado, bem como outros tratamentos legislativos. Nesse contexto de mudança, diante dessa frágil posição do consumidor é que se justifica o surgimento de um estatuto jurídico próprio para sua proteção.

Portanto, sobre esses tratamentos legislativos vamos elencar os direitos básicos, que se encontra disciplinados no artigo 6º do CDC com a seguinte redação;

I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos;

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações;

Todavia, os incisos III e IV são os mais conflitantes nas relações de consumo, quando se trata das práticas abusivas, que estão elencados no artigo 39 do CDC, sendo a abusividade a prática que mais afeta a dignidade e a moral dos consumidores que são lesados em seus direitos.

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas;

VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos;

VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados;

VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências;

IX - (Vetado);

X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

Parágrafo único. A informação de que trata o inciso III do caput deste artigo deve ser acessível à pessoa com deficiência, observado o disposto em regulamento. (Incluído pela Lei nº 13.146, de 2015) (Vigência).

Art. 7º Os direitos previstos neste código não excluem outros decorrentes de tratados ou convenções internacionais de que o Brasil seja signatário, da legislação interna ordinária, de regulamentos expedidos pelas autoridades administrativas competentes, bem como dos que derivem dos princípios gerais do direito, analogia, costumes e equidade.

Parágrafo único. Tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo. (lei 8.078/90)

No entanto, no que tange as garantias contratuais lecionadas pelo CDC, ainda assim, existem contratações de serviços que aproveita da fragilidade e falta de

conhecimento do consumidor para impingir-lhes seus produtos ou serviços. Infelizmente são práticas rotineiras, que não são percebidas no ato da contratação.

Neste sentido, em busca de seus direitos, com seus fornecedores de serviços, muitos consumidores vivenciam o descaso dos contratantes para ter os seus direitos respeitados, onde suas reivindicações acabam nos órgãos de proteção ao consumidor, em alguns casos a reclamação não sendo resolvida em audiência de conciliação nos Procons, oportunamente direciona o consumidor para outra instância jurisdicional, para resolverem suas lides.

3- DAS PRÁTICAS ABUSIVAS QUANDO CONSTATADO O VÍCIO

3.1- Nas Inovações Tecnológicas dos Produtos

Com as inovações tecnológicas que surgiram nos últimos anos, muitas novidades chegam ao mercado com designer moderno para atrair a atenção do consumidor, despertando assim, o desejo de possuir um novo produto ou marca.

Porém, a inovação tecnológica, não impede que os produtos já inseridos no mercado, sejam prejudicados pelo fato de outro melhor ter surgido. Uma nova marca não substitui uma anterior, assim como um novo produto que é inserido com formado e tecnologia mais avançada de outros existentes no mercado não substituirá o anterior.

De acordo com o artigo 12 §2º do CDC “o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado”. Neste caso, entende-se que o desejo do fabricante, não é substituir o produto por outro, e sim inovar, renovar, trazer novidades para o comércio. Assim, como leciona Fabrício BALZAN, 2017, p 338.

O dispositivo demonstra que o CDC, apesar de ser um Diploma voltado para a proteção do mais fraco, não é um título arbitrário. Muito pelo contrário, confere direitos ao consumidor, impõem deveres aos fornecedor, mas não impede por exemplo o desenvolvimento tecnológico ao prevê que a colocação de novidades no mercado de consumo não tornará defeituoso os produtos antigos. BALZAN, 2017

Ademais, a inovação nos produtos, traz novos reflexos nas vendas, pois este, é o objetivo do fabricante quando lança novos produtos, é atrair mais compradores e aumentar a demanda de consumo nos estabelecimentos que representa o seguimento de determinada indústria, como no caso das concessionárias de veículos.

Inovar é criar, é desafiar e ter perspectivas que os novos produtos ou serviços inseridos no mercado serão aceitos; onde a figura mais cobiçada é o consumidor. Este sim é o medidor do termômetro do comércio, que aprova ou reprovar os novos designers ou as novas tecnologias te produtos que são inseridos no mercado.

Conforme texto do Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações.

Inovação de Produtos tecnologicamente novos são produtos cujas características tecnológicas ou usos pretendidos diferem daqueles dos produtos produzidos anteriormente. Tais inovações podem envolver tecnologias radicalmente novas e podem basear-se na combinação de tecnologias existentes em novos usos, ou podem ser derivadas do uso de novo conhecimento.
(MCTIC, 2013)

Neste contexto de inovação, temos como exemplo, os veículos que todos os anos surgem com novas tecnologias e com estéticas cada vez mais atraentes e modernas. Neste seguimento de inovação, o que o fabricante espera, é a aceitação do público, uma vez aprovado pelo consumidor, a demanda deste, tende a aumentar, no entanto, pode ocorrer a possibilidade destes produtos apresentar um tipo de vício, trazendo desequilíbrio ao adquirente do mesmo, em decorrência do problema de fabricação.

Todavia, mesmo possuindo a melhor tecnologia, nem todos os produtos são perfeitos, sendo sujeitos de vício de fabricação, até falha no controle de qualidade, sendo o último a aprovar para disponibilizar para o mercado consumerista. Neste sentido, é possível que algum produto, móvel ou imóvel chegue ao consumidor com algum problema técnico. Ou seja, o consumidor adquiriu um determinado veículo, já com vício de fabricação, que não fora percebido no ato da compra, está sujeito a ter alguns transtornos para solucionar o problema. Mesmo o código do consumidor, ainda sim, é possível haver resistência por parte do fornecedor, mesmo com todos os requisitos jurídicos dos art. 18 e demais artigos do CDC para amparar esta lide. O artigo 18 do CDC leciona que;

Na interpretação do art. 18, do CDC, o entendimento é, que os fornecedores respondam solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade, e conforme entendimento do STJ, no seguinte acórdão seguindo nos exemplos do STJ publicou uma ementa em setembro de 2015, por meio da ferramenta *jurisprudência em teses*, edição nº 42, premissa nº 6, segundo a qual prescreve que;

a constatação de defeito em veículo zero quilometro revela hipótese de vício do produto e impõe a responsabilidade solidária a concessionária e do fabricante". Pontue-se que tais arestos não tratam da responsabilidade do agente que financia a compra, mas apenas da solidariedade e entre o fabricante e a concessionária que vende o veículo, o que parece ser bem mais cristalino. TARTUCE, 2016, p177.

Logo, o entendimento do consumidor é o mesmo do STJ, onde o responsável pelo vício do produto é o próprio fornecedor, porém, é desgastante resolver essas lides diretamente com fornecedor, são tantos obstáculos que acabam sendo ajuizados os processos nas varas civis.

Neste outro julgado, mencionado por BALZAN, em relação ao pleito de um consumidor inconformado pelo fato de ter adquirido seu veículo automotor pouco tempo antes da introdução de um outro modelo no mercado. A posição do Superior Tribunal de Justiça (STJ), neste caso, é a seguinte:

“A pretensão de o apelante receber um veículo novo ou ser ressarcido por danos materiais não se enquadra à hipótese do artigo 18, §1º, I e II, do Código de Defesa do Consumidor eis que não há vício de qualidade ou quantidade e o bem não é impróprio nem inadequado para o fim a que se destina. Ao contrário, como dispõe o §2º do artigo 12, o produto não é considerado defeituoso pelo fato de outro de melhor qualidade ter sido colocado no mercado” (Ag. 693.303, Rel. Min. Aldir Passarinho Júnior, publicado em 11.11.2005). No Agravo Regimental interposto sobre o aludido julgado, assim entendeu o STJ: “Ademais, o direito do consumidor se dá em relação a fidedignidade e qualidade do produto que está comprando, não abrangendo, no caso de aquisição de veículo novo, o acesso a informações precisa sobre futuros lançamentos da montadora, dado ao sigilo e dinâmica de mercado próprios da indústria automobilística. Indevida, portanto, indenização, se após a aquisição outro modelo, mais atualizado, veio a ser produzido” (publicado em 08.05.2006) BALZAN, 2017, p. 338 e 339.

Igualmente, o consumidor iniciou a lide, por entender que poderia esperar alguns meses e adquirir o modelo novo, por isso, o mesmo sentiu-se lesado, mas o entendimento do Supremo Tribunal da Justiça descreve que apesar do modelo que foi adquirido ter sido modificado em sua estética, o mesmo continuou ativo no mercado, tanto o modelo adquirido, quanto ao novo modelo.

Porém, não foi um produto adquirido e logo retirado do mercado pelo fato de outro de melhor qualidade substituí-lo, conforme explica Fabrício Balzan, 2017, “Trata-se de reestilização lícita que não gera qualquer dano ao consumidor. Diferente é a situação em que o fornecedor vende determinado veículo como do ano seguinte e, na sequência, lança outro modelo, parando de fabricar aquele adquirido pelo consumidor”.

Continuando com o entendimento de Fabrício BALZAN, 2017, p339;

Neste caso, a prática abusiva é evidente na visão do STJ: “Embora lícito ao fabricante de veículo antecipar o lançamento de um modelo meses antes da virada do ano, prática usual no país, constitui prática comercial abusiva e propaganda enganosa e não ‘reestilização’ lícita, lançar e comercializar veículos no ano como sendo modelo do ano seguinte e, depois, adquiridos esses modelos pelos consumidores, paralisar a fabricação desse modelo e lançar outro, com novos detalhes, no mesmo ano, como modelo ano seguinte, nem mesmo comercializando mais o anterior em aludido ano seguinte. Caso em que o fabricante, após divulgar e passar a comercializar o automóvel ‘Pálio Fire ano 2006 Modelo 2007, vendido apenas em 2006, simplesmente lançou um outro automóvel ‘Pálio Fire Modelo 2007 um modelo 2007’, com alteração de vários itens, o que leva a concluir haver ele oferecido em 2006 um modelo 2007 que não viria a ser produzido em 2007, ferindo a fundada expectativa de em terem, no ano de 2007, um veículo do ano”. (REsp 1.342.899/RS, Rel. Ministro Sidnei Beneti, 3ª T., Dje 9-9-2013). BALZAN, 2017

Ademais, o entendimento do STJ é que não houve dano para o consumidor, pelo fato do veículo não ter saído de linha, porém o consumidor entende que o dano aconteceu, quando foi negada a informação de que outro modelo seria lançando, neste sentido, ele poderia fazer a escolha, entre esperar o novo modelo, ou levar o que estava disponível na concessionária. Enfim, houve a falta de informação clara, correta e precisa, para que o consumidor tivesse melhor entendimento no momento da compra, conforme disciplina o artigo 31 do CDC;

A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores. Lei 8.078/90

No entanto, existem os casos, que o vício existe de fato, porém, não é considerado pelo fornecedor como tal, deixado à responsabilidade recair somente para o fabricante. Todavia o art. 23 do CDC ressalta que; “ a ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não o exime de responsabilidade”.

Neste sentido, fica evidente que o comerciante e/ou fornecedor, respondem solidariamente pelos vícios de qualidade e quantidade. Contudo, quando o consumidor procura resolver na parcialidade, encontra resistência do fornecedor onde este produto foi adquirido. Como demonstram, esses dois julgados da 4ª Turma do STJ dos Recursos Especiais. O julgado foi referente ao aparecimento de

pontos de ferrugens na lataria do veículo, e do ar condicionado que não funcionava, conforme o seguinte texto de lei;

O aparecimento de pontos de ferrugem na lataria do veículo zero quilômetro configura vício do produto. Por ele responde não só o fabricante do veículo, mas também a concessionária que o vendeu (STJ. AgRg no REsp 1.124.566, Rel. Min. Aldir Passarinho Júnior, 4ª T, DJ06/12/10). Posteriormente reafirmou-se a solidariedade, no vício do produto, entre a concessionária e o fabricante do veículo vendido com defeito (tratava-se de carro novo, cujo ar-condicionado não funcionava – STJ, REsp 821.624, Rel. Min. Aldir Passarinho Júnior, 4ª T, DJ 04/11/10). No mesmo sentido em julgado mais antigo, o STJ já tinha definido que no vício (CDC, ART. 18) há responsabilidade solidária do fabricante e do fornecedor (STJ, REsp 554.876, Rel. Min. Menezes Direito, DJ 03/05/04). (NETTO, 2017) pg. 167

Neste caso em tela, o consumidor, vítima de um produto vicioso, onde não foi resolvido o problema com o fornecedor de imediato, diante do impasse, procurou outros meios para solucionar o problema, pelo fato das partes conflitantes não assumiram que o produto tinha vício de fabricação, tendo a vítima que recorrer a outras instâncias até chegar ao STJ, uma espera longa para resolver conflitos de ferrugem, e problemas no ar condicionado do carro novo, onde certamente os gastos desse processo, deve ter ficado mais caro do que o carro e o ar condicionado. São soluções fáceis, mas que arrastam até anos para resolver um conflito de produtos com defeito de fábrica.

3.2 Nos Vício de Fácil Constatação

Neste cenário consumerista, são muitos os casos que envolvem produtos com vício, os quais são bastante recorrentes nos órgãos de defesa do consumidor. Desde aquele produto mais simples ao mais sofisticado, tem sempre algum consumidor procurando atendimento, onde geralmente relata que o próprio fornecedor/lojista, na clara intenção de postergar o problema, recomenda que procure o Procon para ingressar com sua reclamação. Normalmente isso acontece, para manter o consumidor afastado do estabelecimento comercial e por entender que essas lides na maioria dos casos só conseguem ter retorno depois de cumprir as etapas do artigo 18 do CDC. Principalmente quando envolve a troca de um

produto ou cancelamento de uma determinada compra por defeito de fácil constatação.

Contudo, há casos, que o atendimento causa certo desconforto ao consumidor, pelo simples fato de estar levando um problema oriundo de uma compra problemática, onde poderia facilmente ser resolvido com o fornecedor, e que mesmo não teve interesse em resolver, deixando o consumidor completamente vulnerável na solução do problema.

Para um melhor entendimento e seguindo com o pensamento da troca de um produto com vício, vamos exemplificar um relato da compra de uma geladeira com vício, que não foi identificado pelo consumidor no ato da entrega, conforme o relato dos fatos;

“João, vai até um estabelecimento, e efetua a compra de uma geladeira, 04 (quatro) dias após a compra, quando recebe o produto em casa, descobre que a geladeira está com um pequeno amassado na lateral que durante a entrega não foi constatado, assim que constata o defeito, tira uma foto, liga para a loja que adquiriu o produto, informando o problema e solicitando a troca por outra do mesmo modelo e marca. Para surpresa de João, após narração dos fatos, a resposta foi negativa, logo o mesmo questiona sobre os 07 (sete) dias que teria direito para fazer a troca.

Direito este, que a maioria dos consumidores, sem conhecimento da lei, acha que teriam esse prazo de 07 (sete) dias para efetuar suas trocas.

Logo, o mesmo é informado que os sete dias é para produtos comprados fora do estabelecimento comercial e que neste caso teria que acionar a assistência técnica para que a mesma fizesse o laudo, e mesmo após o laudo, poderia não ter a garantia da troca imediata, caso fosse informado que houve mal uso do produto.

Neste momento, sem entender qual o procedimento correto, e após abri ocorrência com o lojista, o mesmo vai

em busca de seus direitos, pois não aceita a troca de peças, entende que pelo fato de ter adquirido um produto novo, onde o mesmo foi entregue com vício, o fornecedor deveria fazer a troca de imediato.

Todavia, o caput do art 18 do CDC, prescreve que;

Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a **substituição das partes viciadas**.

O próprio artigo, quando informa que o consumidor pode exigir a substituição das partes viciadas, abre lacunas para início de uma lide, por isso, muitos fornecedores preferem não resolver o problema, já que no parágrafo 1º e os incisos I, II e III, do art. 18 da lei 8.078/90 leciona que;

§ 1º Não sendo o vício sanado no prazo máximo de trinta dias, pode o consumidor exigir, alternativamente e à sua escolha:

I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;

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

III - o abatimento proporcional do preço.

Neste caso exemplificado, o artigo 18 do CDC deixou o fornecedor isento de qualquer responsabilidade, ou seja, ele não é obrigado a fazer a troca da geladeira para o consumidor, enquanto não passar pelos trâmites legais, onde o fabricante terá que ser informado pelo consumidor, que o produto está com algum vício de fábrica. Mesmo o consumidor tendo a convicção que o produto foi entregue em sua residência defeituoso, ainda sim, terá que esperar 30 dias para o problema ser sanado.

Todavia, existe aqui um questionamento de um defeito/vício, neste relato o consumidor entendia que se tratava de defeito, pelo fato do produto estar amassado, enquanto o vício seria algo que não conseguisse detectar naquele momento,

principalmente tratando-se de uma geladeira. No entanto, para diferenciar esses dois conceitos, Fabrício BALZAN, 2017, afirma que;

Há divergência na doutrina quanto, a saber, se é vício e defeito são institutos sinônimos ou distintos. Uma primeira corrente entende que são distintos, na medida em que: Vício estaria ligado a inadequação do produto ou serviço aos fins a que se destina; e defeito refere-se a insegurança do bem de consumo.

Neste contexto, o art. 18 do CDC em seu §3º, confere que;

O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial". Vade Mecum 2015.

No relato de João, a geladeira foi entregue com amassado na lateral, que pode ter ocorrido durante o transporte do produto e que o consumidor não percebeu de imediato, só constatando o defeito quando o entregador se retirou de sua residência, e assim que constata o problema, entra em contato com o lojista solicitando a troca, e a mesma sendo negada de imediato.

O fornecedor desse produto se pronuncia com a alegação que o consumidor escolheu o produto na loja e também durante a entrega estava em sua residência, e mesmo assim, não constatou nenhum defeito, só se manifestado depois que o entregador se retirou, alegando nesse caso, que João poderia ter, ele mesmo amassado a lateral da geladeira, enquanto trocava de lugar, é que o mesmo poderia ter não percebido quando ocorreu a situação, sendo assim, não podendo afirmar que o produto foi entregue com vício.

Todavia o art. 51, inciso IV do código de defesa do consumidor, esclarece da seguinte forma;

“São nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que; estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, incompatíveis com a boa-fé ou a equidade;”

Seja em qualquer situação, que foi evidenciado o problema, o ônus da prova, confere ao fornecedor, alegações sem fundamentos, não vai diminuir-lhe sua responsabilidade para sanar o problema. Está evidente neste relato que o consumidor não entende o porquê da espera de 30 dias para fazer a troca do produto.

Embora esse prazo seja conferido ao fornecedor e o fabricante para sanar o problema do consumidor, não sendo sanado, será feita a troca ou a devolução dos valores pagos.

Da mesma maneira, tratando-se de produto essencial, como é caso, o prazo máximo é até 30 dias, podendo resolver antes, dependendo do vício. Quando não resolvido após esse prazo, o consumidor poderá fazer uso do inciso II, do art.18, e solicitar a devolução dos valores pagos, conforme a nota fiscal. Em muitos casos, o ressarcimento não é o mesmo que o consumidor pagou pelo produto, já que na maioria das vezes o valor do produto é financiado e dividido em 12 vezes, alterando seu preço devido as taxas de juros do financiamento. Nos casos em que aceita a devolução do dinheiro, geralmente o valor pago não consegue comprar o mesmo bem, nesse sentido, entendi-se, que já houve um prejuízo a este consumidor.

Na visão do consumidor o prejuízo já acontece, quando a troca não é feita de imediato gerando transtornos desnecessários para o reclamante, se houvesse sensibilidade por parte do fornecedor, esta lide poderia ser resolvida entre as partes e depois acionaria a assistência técnica. Sabendo ele, que o fabricante é o primeiro da lide, prefere então, fazer uso do artigo 18 CDC, pois entende que o primeiro contato do consumidor é com assistência técnica, onde registrará a ocorrência e entrará em contato com o fabricante. A partir desse momento inicia-se a contagem dos 30 dias após a assistência técnica detectar o problema e informar ao fabricante sobre a substituição das partes viciadas. Se for a peça principal que neste caso é o corpo da geladeira, será autorizada a troca por outra, em outras situações, seria autorizado apenas a troca da peça que encontra-se com vício, já que os demais componentes estariam em perfeitas condições.

Normalmente, tratando-se de produto novo, quando é autorizado pelo fabricante apenas a troca da peça; nesses casos é natural o consumidor não aceitar, por não querer um produto novo, com peças sendo substituídas. Logo, iniciam-se

então as aberturas de reclamações, onde o artigo 18 do CDC deixa as lacunas de interpretações.

A própria norma ressalta que ignorância do fornecedor sobre os vícios de qualidade por inadequação dos produtos e serviços não os exime de responsabilidade (CDC art. 23) vale sempre lembrar que os fornecedores de produtos respondem solidariamente pelos vícios de qualidade e quantidade.

Por esse motivo, muitos fornecedores de produtos, para evitar um desgaste com o consumidor, usa muito o termo “faremos a troca por liberalidade da empresa” no pensamento do mesmo, o entendimento da obrigação da troca é do fabricante, e se não a fizesse, não seria penalizado. Mas o artigo 23 do CDC é bem claro sobre a responsabilidade do fornecedor. Neste relato, por exemplo, o fornecedor entende que não é obrigado a fazer a troca, imediata, pois entende que o artigo 18 do código de defesa do consumidor, leciona que o consumidor precisa esperar o prazo legal. São várias as reclamações que os Procons registram referentes ao artigo 18 do CDC, em muitas situações, o descaso é total com consumidor, mas Carlos Roberto Gonçalves leciona 2016, APUD, Lígia Silva, entende que o CDC,

Consagrou a responsabilidade objetiva do fornecedor, tendo em vista especialmente o fato de vivermos, hoje, em uma sociedade de produção e de consumo em massa, responsável pela despersonalização ou desindividualização das relações entre produtores, comerciantes e prestadores de serviço, em um polo, e compradores e usuários do serviço, no outro. Em face dos grandes centros produtores, o comerciante perdeu a preeminência de sua função intermediadora. No sistema codificado, tanto a responsabilidade pelo fato do produto ou serviço como a oriunda do vício do produto ou serviço são de natureza objetiva, prescindindo do elemento culpa a obrigação de indenizar atribuída ao fornecedor.

Ademais, em virtude da vulnerabilidade do consumidor, a legislação prevê a responsabilidade do fornecedor de forma objetiva por fato do produto ou serviço e por vícios do produto ou serviço, é justamente pela falta de comprometimento com os consumidores e entendimento com a lei, que as lides iniciadas nos Procon's acabam sendo direcionadas para outras instâncias do judiciário, para o cumprimento das responsabilidades. O exemplo dado foi do produto que com menos de uma semana, descobriu um vício de fácil constatação e que ao solicitar a troca, entendendo ser, o seu direito e o dever do fornecedor resolver a solicitação. No contexto geral, como mencionado no exemplo, é essa a interpretação do artigo 18

do CDC, para esse conflito exemplificado. No que pese as lides referentes a este artigo, os vícios de fabricações e cumprimento de garantias, ampara o consumidor conforme interpretação da lei, porém neste caso em tela, o consumidor não aceita as regras desse artigo, por entender que o produto com defeito, nem deveria sair da fábrica, já que este produto poderia causar danos mais graves ao consumidor.

4- PRODUTOS ADQUIRIDOS FORA DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL

4.1- Direito de Arrependimento

O artigo 49 do CDC leciona que “O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7(sete) dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Quando o CDC começou a vigorar em 1991 era comum, comprar por telefone e vendas á domicilio, até hoje ainda usa-se muitos esses tipos de serviços, mas neste tempo não existia o evento da internet, na verdade o legislador pensou em um artigo para proteger o consumidor das compras realizadas fora do estabelecimento comercial, e nem imaginou que estaríamos tão próximos a vivenciar os avanços tecnológicos na seara digital e que um dia fosse possível fazer compras em lojas online. Contudo, não demorou muito para essa novidade fazer parte do nosso cotidiano enquanto consumidores.

Com o surgimento da lei 8.078/90 no Brasil na década de 90, inicia-se também o acesso a internet;

“pela Rede Nacional de Pesquisas (RNP), que liga as principais instituições de ensino e pesquisa do país. Em julho de 1995, quando acaba o monopólio da Embratel como provedor único, surgem diversas empresas privadas que disputam esse novo mercado”.
(Brasil Escola)

E nesse novo modelo de comunicar, surge também o comércio eletrônico, onde muitos negócios são realizados através dessa rede virtual. Vejamos que o artigo 49 do CDC, já nasceu protegendo o consumidor dos negócios realizados de forma virtual, como por exemplos os contratos de prestação de serviços e compras realizadas em lojas online. Nestes casos, se houver arrependimento após a negociação, o consumidor tem todo amparo, conforme disciplina o art. 5º do Dec. Fed. Nº 7.962/13;

Todo consumidor que realizar uma compra feita fora de um estabelecimento comercial (telefone, catálogo, internet, domicílio, etc.) tem o direito de se arrepender da compra em sete dias e desfazer o negócio, sem ter que dar qualquer justificativa. Este prazo começa a ser contado na data da compra do produto, contratação do

serviço ou recebimento do produto ou serviço. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento, os valores que foram pagos, a qualquer título, deverão ser devolvidos. O Fornecedor não poderá impor qualquer obstáculo para a efetivação ao direito de arrependimento, devendo ainda, informar, de forma clara e ostensiva, os meios adequados e eficazes para o exercício do direito de arrependimento pelo consumidor. Sendo assim, o consumidor poderá exercer seu direito de arrependimento pela mesma ferramenta utilizada para a contratação, sem prejuízo de outros meios disponibilizados. A rescisão contratual por meio do exercício do Direito de Arrependimento não deverá implicar em qualquer ônus ao consumidor. (Artigo 5º - Decreto Federal nº 7.962/13) (PORTAL DO GOVERNO , 2013)

A superintendente do Procon/AL, Flávia Cavalcante, também explica que o consumidor pode exercer esse direito, formalizando o pedido ao fornecedor por telefone ou email, onde deverá anotar o número de protocolo e guardar as mensagens de email.

A lei prevê o direito de arrependimento nesses casos porque, na compra ou contratação fora de um estabelecimento comercial, o consumidor não pode avaliar tão bem o produto ou as condições do serviço.

Assim, quando o produto é entregue ou o serviço é executado, o cliente pode não ter suas expectativas atendidas. Desse modo, a compra ou contratação pode ser cancelada sem necessidade de justificativa.

Caso o consumidor se arrependa, tem o direito de receber tudo aquilo que já pagou, incluindo custos extras, como frete ou taxa de instalação de serviços contratados à distância. Isso porque o CDC prevê que o direito de arrependimento deve ser exercido sem ônus.

Além disso, a devolução do dinheiro deve ser imediata, de acordo com o CDC e com o Decreto do Comércio Eletrônico (Decreto Federal nº 7.962/2013), mesmo que o pagamento tenha sido feito no cartão de crédito. A empresa deve comunicar a administradora do cartão para suspender a transação ou providenciar o estorno, caso já tenha sido lançada.

Deste modo, o prazo de 07 dias para arrependimento é permitido apenas nas compras online ou fora do estabelecimento comercial, conforme leciona o artigo 49, não sendo permitido esse prazo para as compras em lojas físicas.

Conforme o entendimento da lei 8.078/90, essa troca é feita pelo motivo do consumidor não ter tido o contato com produto. Neste sentido, realizar compras online, se o consumidor tiver uma boa relação com os sites de compra e experiência virtual é mais vantajosa fazer compras virtuais no aconchego de seu lar e ter a garantia do prazo de arrependimento, ao invés de procurar as lojas físicas, enfrentar filas de atendimentos e ter transtornos nas trocas originadas por vício, porém, é

preciso ficar vigilante aos sites para que não tenha nenhum transtorno, já que é uma negociação que também envolve os riscos de consumo.

4.2- FRAUDES VIRTUAIS NAS COMPRAS ONLINE

Contudo, mesmo com experiência digital e virtual e com as garantias dadas ao consumidor, ainda assim, existem muitos consumidores sendo lesados em suas compras online, pois muitos golpistas aproveitam da fragilidade do sistema para abrir suas lojas de fachada, trazendo insegurança nas compras virtuais, como destaca essa notícia veiculada pela Gazeta de Vitória do Estado do Espírito Santo.

Casos como esse têm se tornado recorrentes, de acordo com dados do laboratório especializado em cibercrime da empresa de segurança digital PSafe, em 2019 já foram detectadas 24.621 páginas falsas que se passam por lojas famosas do varejo. Só no Espírito Santo foram localizadas 324 páginas fraudulentas. A Delegacia de Repressão aos Crimes Cibernéticos do Estado também confirmou que registra com frequência esse tipo de crime contra consumidores capixabas.

Ainda de acordo com o laboratório, as principais marcas utilizadas indevidamente como isca nas páginas e perfis falsos são: Lojas Americanas, Submarino, Casas Bahia, Magazine Luiza, Pontofrio, e Extra". (Gazeta.com.br, 2019)

São muitos os consumidores que solicitam atendimento aos órgãos de defesa do consumidor, no entanto, o Procon, não é o órgão competente para registrar estas lides, por entender, trata-se de crime virtual, logo estas ocorrências devem ser registradas nas delegacias de polícia civil para que se proceda com as investigações e medidas cabíveis.

Contudo, entendemos que nessa seara de lojas virtuais, a maioria trabalham dentro da legalidade, honestidade, respeito e coesão, com seu público virtual. No entanto, precisamos ficar atentos às facilidades de consumo nas redes virtuais, pois atrás de um anúncio pode esconder a figura dos fraudadores, onde esses golpistas por profissão aproveitam das melhores marcas, para criar suas lojas genéricas ou de fachadas, apropriam-se, dessas marcas para lesar de forma abusiva os consumidores virtuais.

Para melhor entendimento, o site de notícias UOL, no ano de 2018, esclareceu seus seguidores como agem esses golpistas nas redes virtuais, conforme segue;

Já existe uma plataforma que comercializa produtos para serem usados em golpes online. Ali, são oferecidas pelos criminosos coisas como replicações de lojas online e até uma central de apoio, que troca mensagens com a vítima após a compra. A novidade foi descoberta por especialistas da empresa de segurança Tempest. Este site que vende lojas online falsas que são compartilhadas por redes sociais e WhatsApp, enganando consumidores. As principais varejistas brasileiras têm seus sites replicados com uma arte semelhante à original e com produtos com preços bem mais atrativos.

Os sites falsos são variados e usam URLs semelhantes aos verdadeiros, mas a plataforma por trás da construção de todos é a mesma. O criminoso atua em várias frentes, com envolvimento principal de redes sociais e até conta com um serviço de apoio na fraude. Conversa com o cliente Em um primeiro momento, depois que a plataforma é ativada, os fraudadores começam a divulgar as lojas falsas em redes sociais, emails e afins. A meta do golpe é obter lucro por meio de pagamentos de boleto por serem rentáveis mais rapidamente -- se o cliente optar por cartão de crédito, esses dados do cartão podem ser usados em outros golpes ou vendidos a terceiros. Para incentivar o consumidor a usar boletos são criadas promoções "imperdíveis" válidas exclusivamente para esse tipo de pagamento. E em meio a isso os criminosos contam até com uma central de comunicações. (RIBEIRO, 2018)

Diante da fragilidade virtual, o ideal, é sempre ficar atento na realização de qualquer negócio na internet, desde o primeiro contato com fornecedor, para não cair nas armadilhas das lojas de fachadas, onde o consumidor paga e não recebe o produto, já que nem sempre é possível cancelar as compras no cartão de crédito, entendendo ser a forma mais prática de fechar negócios pelo sistema virtual, não existe o porquê de fazer pagamentos antecipados via boleto.

Enfim, diante de um sistema ainda considerado frágil, o consumidor virtual precisa investigar todas as fontes de reputação de fornecedores que transmite alguma insegura no fechamento de negócios virtuais. Pois nem sempre, conseguirá recuperar o investimento ao se tornar uma vítima de um fraudador virtual.

5- PRÁTICAS ABUSIVAS NAS RELAÇÕES DE CONTRATO

5.1- PORTABILIDADES CRÉDITO

É sabido, que existem vários tipos de portabilidades no mercado de consumo, porém, a portabilidade, é uma operação de crédito que não faz parte do cotidiano de muitos correntistas, por não entender o funcionamento ou não ter interesse nesse tipo de serviços disponibilizados pelos bancos. Desse modo, abordaremos a portabilidade nos contratos de financiamento, logo é um tipo de operação não muito conhecido por consumidores com pouco ou nenhum conhecimento financeiro, mas está presente na vida de muitos. A portabilidade é uma operação de crédito realizada da seguinte forma: instituição credora x instituição preponente x credor. Conforme demonstrado na figura abaixo;

BXBLUE,

2019



Vejamos o que leciona o Caput e artigo 1º e os incisos I, II, III e IV da resolução Nº 4.292, de 20 de dezembro de 2013;

Dispõe sobre a portabilidade de operações de crédito realizadas com pessoas naturais, altera a Resolução nº 3.401, de 6 de setembro de 2006, e dá outras providências.

Art. 1º As instituições financeiras devem garantir a portabilidade das suas operações de crédito realizadas com pessoas naturais, mediante o recebimento de recursos transferidos por outra instituição financeira, observados os procedimentos estabelecidos nesta Resolução.

Parágrafo único. Para os efeitos desta Resolução, considera-se:

I - portabilidade: transferência de operação de crédito de instituição credora original para instituição proponente, por solicitação do devedor;

II - instituição credora original: instituição financeira credora na operação de crédito objeto da portabilidade;

III - instituição proponente: instituição financeira receptora da operação de crédito objeto da portabilidade; e

IV - devedor: pessoa(s) natural(ais) titular(es) da operação de crédito objeto da portabilidade.

Normalmente essa operação acontece quando o cliente de uma determinada instituição financeira deseja quitar sua dívida e não possui receita para quitação, então solicita a portabilidade, da instituição credora, para a instituição proponente, na intenção de solucionar o problema. Para que ocorra a portabilidade é preciso que o credor solicite a instituição credora, conforme descrito nos artigos 2º, 3º e parágrafo único;

Art. 2º A transferência de operação de crédito entre instituições financeiras, a pedido do devedor, deve ser realizada na forma prevista nesta Resolução, sendo vedada a utilização de procedimentos alternativos com vistas à obtenção de resultado semelhante ao da portabilidade.

Art. 3º O valor e o prazo da operação na instituição proponente não podem ser superiores ao saldo devedor e ao prazo remanescente da operação de crédito objeto da portabilidade na data da transferência de recursos de que trata o art. 7º.

Parágrafo único. Na hipótese de o valor da prestação da operação de crédito objeto da portabilidade na instituição proponente ser maior do que o valor da prestação na instituição credora original, a instituição proponente deve obter do devedor a manifestação formal e específica de sua concordância com o aumento do valor da prestação.

Porém, existem muitos consumidores que desconhecem esses tipos de serviços bancários, e por esse motivo jamais procuraria sua agência de origem para vender sua dívida para outro banco. Ocorre que, muitos aposentados e pensionistas aderiram a esse tipo de financiamento sem terem conhecimento, sendo surpreendidos com essa operação, quando já estavam com a dívida na instituição proponente, ou seja, a que fez a quitação com a instituição credora.

A instituição, tendo em vista, imaginar ser melhor para o consumidor, oferece a portabilidade numa tentativa de resolver a situação em relação a quitação da dívida, sem que este tenha qualquer conhecimento sobre os serviços oferecidos.

Visualizando pela prática legal do negócio, percebe-se que é muito fácil fazer esse tipo de operação bancária, e realmente é, quando o consumidor tem plena consciência do que está fazendo, tudo acontece de forma natural onde a portabilidade é feita sem quaisquer transtorno, desde que siga as regras da resolução 4.292/13, conforme dispõe o art. 5º da resolução;

Art. 5º Por solicitação formal e específica do devedor, a instituição proponente deve encaminhar requisição de portabilidade à instituição credora original, contendo, no mínimo, as seguintes informações:

I - número da inscrição do devedor no Cadastro de Pessoas Físicas (CPF);

II - número do contrato da operação de crédito objeto da portabilidade atribuído pela instituição credora original;

III - proposta de crédito da instituição proponente ao devedor, contendo a taxa de juros anual, nominal e efetiva, o Custo Efetivo Total (CET), o prazo da operação, o sistema de pagamento e o valor das prestações;

IV - três datas de referência para o cálculo do saldo devedor da operação de crédito objeto da portabilidade, quando se tratar de operação de crédito imobiliário;

V - índice de preço ou base de remuneração a ser utilizada na operação de crédito proposta, quando houver;

VI - número do telefone do devedor, incluindo o código de Discagem Direta a Distância (DDD); e

VII - endereço completo, com o Código de Endereçamento Postal (CEP), da instituição proponente, para recepção de documentação relativa à portabilidade.

§ 1º O valor das prestações mencionado no inciso III do caput, quando sujeito a índice de preço ou a base de remuneração variável ao longo do contrato, deve ser apurado com base nos valores desses parâmetros vigentes na data de envio da informação.

§ 2º A instituição proponente deve disponibilizar ao devedor, por meio físico ou eletrônico, as informações constantes da requisição

Ocorre que na prática em alguns casos, a portabilidade não é feita conforme prescreve a resolução que ampara essas operações de crédito.

É sabido que os Procons recebem todos os tipos de denúncias que envolvam as relações de consumos, e nesses turbilhões de reclamações foi constatado que

Procon Municipal de São Mateus recebe muitas reclamações relacionadas as práticas abusivas, onde dentre essas práticas, são registradas reclamações referentes a portabilidade, onde a mesma é feita sem o consentimento e conhecimento do consumidor, as vítimas lesadas, são principalmente os aposentados e pensionistas, onde muitas vezes, desconhecem os descontos em seus benefícios.

Vejamos o que aconteceu nesse caso concreto com uma consumidora em atendimento no Procon de São Mateus.

Temos aqui o relato de uma consumidora que procurou o PROCON Municipal de São Mateus para registrar uma ocorrência sobre vários valores de prestações que estavam sendo descontados em seu benefício sem que a mesma reconhecesse. Em suas alegações a mesma dizia ter contraído empréstimo em um único banco, mas estava sendo descontados outros valores que não reconhecia. Segundo relata a consumidora que no ano de 2016, realizou um empréstimo consignado em um determinado banco, onde foram divididos os valores emprestados em 42 prestações, quando já havia pagos 23/42 voltou a este mesmo banco solicitado um novo empréstimo, dessa vez um pouco menor, menos de dois mil reais.

Segundo o relato da consumidora, neste dia após fazer o simulado, não foi possível fazer o empréstimo, que de acordo com o banco, a mesma não possuía margem de crédito para fazê-lo, mas que retornasse em outra ocasião.

Após 30 dias, a mesma relata que retornou ao banco para obter informações referentes ao novo empréstimo, se o mesmo havia sido aprovado, e obteve a informação que estava tudo certo. Diante do exposto, fez novo empréstimo consignado, divididos em 60 prestações. Segundo relato, fez com valores de prestação pequeno, para não comprometer o orçamento

doméstico. Informa também, que nesse dia fizeram abertura de uma conta poupança a qual nunca teve acesso.

Passados alguns meses, informa que teve a desconfiança que algo estava errado, pois recebeu uma notificação que seu nome seria incluso no cadastro do SERASA através do banco a qual havia feito os empréstimos. O motivo da inclusão, teria sido por inadimplência empréstimo consignado. Diante desse comunicado do SERASA, foi ao banco para entender o que estava acontecendo, já que os descontos ocorrem de forma automática. Foi então informada, que o nome teria ido para o SERASA, devido o INSS não ter feito à liberação das 02 primeira parcelas da portabilidade, quando a mesma passou novamente a dívida para o banco que era credora. A consumidora não entendeu a informação, pois segundo a mesma, o único empréstimo mais recente que possuía, teria sido contratados em 60 vezes, onde até aquela data, já havia descontados 07/60. Afirma a mesma que não entendeu a matemática do banco, já havia feito dois empréstimos naquele banco e que o primeiro teria sido contratado, aproximadamente há uns dois anos. Diante das divergências de informações, o atendente do banco informa a consumidora que o empréstimo mais antigo, este teria sido transferido para outro banco, ou seja, feito a portabilidade e novamente voltado para ao banco de origem, o mesmo banco em que fez os dois empréstimos.

Com base no relato da consumidora, era preciso ter acesso a mais informações, inclusive saber quais os bancos estava entrando no benefício da consumidora, e realizando descontos sem a autorização. Logo era preciso investigar e saber de onde eram feitos em esses descontos, de posse de todos os documentos necessários, foi preciso o Procon cruzar todas as informações, para obter resultados satisfatórios, o que durou aproximadamente 90 dias para ter uma conclusão mais detalhada.

Atraves do Procon foi constatado o seguinte:

Quando essa consumidora procurou a instituição credora, seu banco de origem onde recebe seu benefício, solicitando um novo empréstimo, neste mesmo dia foi realizado uma portabilidade sem que a mesma tivesse conhecimento do ato. Foi constatado também que não tinha parcelas em atraso, e nem solicitou a portabilidade, mesmo assim o banco vendeu sua dívida e a operação foi realizada sem o conhecimento da mesma. Veja o que nós diz o inciso I, do art. 1º e art. 2º da lei 4.292/13.

I - portabilidade: transferência de operação de crédito de instituição credora original para instituição proponente, por solicitação do devedor;

Art. 2º A transferência de operação de crédito entre instituições financeiras, a pedido do devedor, deve ser realizada na forma prevista nesta Resolução, sendo vedada a utilização de procedimentos alternativos com vistas à obtenção de resultado semelhante ao da portabilidade”.

Conforme observado na lei, em nenhum momento foi solicitado que a mesma autorizasse a transferência de dívida, logo podemos considerar que houve uma prática abusiva, onde aproveitou da fragilidade e ignorância da consumidora para praticar atos que a mesma desconhecia, conforme ensina o artigo 39 do CDC.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

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;

Segundo informações da instituição prepotente passadas através do atendimento ao Procon, nesta operação foram repassadas o “TROCO” que de acordo com as informações desse banco, esse “troco”, é um valor que geralmente é disponibilizado na conta do consumidor quando é feita a transferência da dívida, onde solicita um valor a mais quando ocorre a portabilidade. Sendo este troco englobado ao valor da dívida, um novo parcelamento é realizado. Entretanto, na resolução, não foi constatado em nenhum artigo que direcionasse para essa linha de raciocínio no que pese a portabilidade, ao contrário, foi observado que no art. 3º e parágrafo único da lei 4.292/13 onde afirma que,

O valor e o prazo da operação na instituição proponente não podem ser superiores ao saldo devedor e ao prazo remanescente da operação de crédito objeto da portabilidade na data da transferência de recursos de que trata o art. 7º.

Parágrafo único. Na hipótese de o valor da prestação da operação de crédito objeto da portabilidade na instituição proponente ser maior do que o valor da prestação na

instituição credora original, a instituição proponente deve obter do devedor a manifestação formal e específica de sua concordância com o aumento do valor da prestação.

Conforme observado, só é permitida com a devida manifestação do contratante. No entanto, no que pese essa lide, esse “troco” não foi depositado em nenhuma conta da reclamante, e segundo informações, foi realizado uma O.P(ordem de pagamento) em uma instituição que segundo a mesma não ter realizado qualquer saque.

Em uma nova tentativa em busca de mais informações o PROCON realizou um novo contato com a instituição preponente, e o mesmo confirmou ter feito a ordem de pagamento, foi informado também que após 05 meses da realização da portabilidade a mesma foi portada novamente para instituição de origem, ou seja, a instituição que a consumidora era credora, onde toda essa negociação foi realizada sem o conhecimento da reclamante.

Todavia, foi justamente por causa dessas portabilidades que ocorreu a inadimplência da consumidora, onde o INSS não repassou o pagamento da segunda transferência, devido à falta de margem de empréstimo, já que nesses 05 (cinco) meses a margem ficou totalmente comprometida.

Entretanto, quando essas portabilidades foram realizadas, a consumidora sofreu grande prejuízo, pois quando ocorreu à primeira transferência, já que faltavam apenas 19(dezenove) parcelas para quitação do empréstimo. A prática abusiva neste caso estava bem visível e de fácil constatação quando aconteceu a transferência do banco credor, já que faltavam apenas 19 parcelas para quitar o contrato realizado no ano de 2016.

No que tange o direito da consumidora, nota-se que a mesma não obteve nenhuma vantagem nesse caso concreto ao realizarem essa portabilidade para outra instituição, até pelo motivo de não está com parcelas em atraso, não haveria o porquê, de fazer novo refinanciaria de uma dívida sem atraso.

Entretanto, quando o banco credor, porta sua dívida para o banco preponente, outra operação de crédito é realizada, e novamente a dívida volta para o estágio inicial, ou seja, foram contratados 44 parcelas no valor de R\$X.XXXX . Continuando com o abuso ou fraude contratual, já que em nenhuma dessas contratações teve o aval da consumidora.

O Procon empenhado em coletar mais detalhes sobre o caso, continuou a buscar mais informações e finalmente para finalizar, foi constatado que após quitar 07 parcelas da portabilidade do banco preponente, esse, novamente transferiu a dívida para o banco credor, ou seja, retornou a mesma dívida contraída no ano de 2016, onde foi originado o primeiro contrato. No entanto, em 56 parcelas no valor R\$XXXXXX com uma diferença bem pequena no valor da prestação da primeira contratação de 44 vezes e que já havia quitado 23 prestações.

Ademais, ficou nitidamente claro que todas as operações teriam sido realizadas sem que a mesma tivesse conhecimento de causa, e se não tivesse havido a interferência das instituições envolvidas, a reclamante já teria quitado, 33/44(trinta e três) parcelas do contrato, no entanto, continuava com saldo devedor de 56(cinquenta e seis) parcelas. Neste sentido ficou constatado que o prejuízo financeiro que essa consumidora teve com essas operações, quitaria 03 vezes o valor do contrato original, se não tivesse sido lesada por essas duas instituições.

Conforme leciona NETTO Braga Felipe, que nas últimas décadas uma redução quantitativa da autonomia da vontade em relação aos contratos, com o declarado propósito de proteger os contratantes mais vulneráveis. Assim, a redução do querer humano contratual foi – e tem sido – apenas uma técnica de realização de igualdade substancial. Segundo o mesmo, é importante neste contexto, relativizar socialmente o pacto sunt servanda, para que os poderes

privados não se vejam livres para exercer, de fato, uma perigosa heteronomia contratual (BILBAO UBILLOS, Juan Maria. la eficacia de los Derechos Fundamentales Frente a particulares. madrid: Centro de estudios Constitucionales, 1997, p.249).

Contudo, ainda sim, nos dias atuais os contratos jurídicos, estão carregados de cláusulas, onde em algumas delas não existe a bilateralidade, ou seja, os fornecedores dos serviços estão sempre querendo levar vantagem nas operações contratuais, como nesse caso da portabilidade de crédito, onde não houve autorização expressa da consumidora e mesmo assim, foi lesada e induzida ao erro.

Ademais, de acordo com a reclamação que gerou toda essa investigação, deste caso concreto, não foi informado o número dos contratos que ocasionou as duas ultimas portabilidades e que gerou prejuízos a consumidora.

Diante da veracidade dos fatos, as duas instituições foram notificadas a comparecerem em audiências nas dependências do PROCON, porém nenhuma delas apresentara defesas plausíveis, que comprovassem que realmente tivesse havido a participação da consumidora nessas operações de portabilidades. Ou seja, ficou bem evidente que houve uma prática abusiva e falta de informação no ato da portabilidade, o que deixa explícito que neste caso concreto houve fraude na contratação e prática abusivas em todas as operações da portabilidade de crédito entre o banco credor e o preponente.

Este caso concreto não foi solucionado no Procon, e foi solicitado que a consumidora ingressasse com processo nos juizados especiais, certamente, foi este procedimento adotado pela consumidora, depois de dias exaustivos nas dependências do Procon de São Mateus.

6. CONCLUSÃO

Este trabalho de Conclusão de Curso, teve como objetivo demonstrar pontos relevantes quanto as práticas abusivas no âmbito das relações de consumo como bem observado ao logo deste trabalho, onde muito foi narrado sobre as práticas abusivas no mercado de produto e serviços, onde essa prática é velada em todo o universo consumerista, já que existe demanda de consumo em todos os cenários.

Desde há época da revolução industrial, já existia uma grande procura por produtos, onde nessa época, o que mais tinha importância era a quantidade e não a qualidade do produto, porém, os tempos foram mudando o consumidor também ficando mais exigente na busca de produtos de qualidade. Desta forma inicia-se então a concorrência entre os fabricantes, em consonância com as exigências do consumidor, onde diante d um mercado mais exigente, começam a produzir melhor seus artefatos os quais eram produzidos de forma manual, passam a ter uma qualidade melhor quando inicia a linha de produção através das máquinas industriais.

Neste mercado crescente, onde a população também crescia aos arredores das grandes metrópoles, novos produtos foram inseridos, logo o consumidor começou a ter noção do seu papel em um mercado tão disputados, onde ele era a moeda de peso mais valiosa nesta disputada comercial.

Com a demanda crescente e o aumento populacional, surgem as leis de proteção ao consumidor para coibir práticas abusivas e os excessos dos fabricantes, que por sua vez não existia muito controle de qualidade nos produtos em série que eram disponibilizados no mercado.

O consumo de produtos e serviços está presentes em nosso cotidiano deste sempre, assim, podemos observar, que nessas décadas ocorreram muitas transformações, leis e decretos foram criados até chegar à edição da lei 8.078/90 a qual protege e tutela os direitos básicos do consumidor. Entretanto, neste cenário jurídico e mesmo dialogando com outras leis, é possível, ainda sim, existir casos de abusividade no momento de contratar serviços ou adquirir produtos. É uma prática ilegal, que vem lesando muitos consumidores, prática essas que ocorre até quando o carrinho de compra passa no caixa de supermercado e percebe-se que o preço registrado no produto não é o mesmo que está fixado na gôndola, sendo percebida

pelo consumidor mais vigilante, mas até chegar nesse consumidor, outros tantos já foram lesados em centavos ou reais. São várias as situações em que o consumidor está sendo lesado e não percebe. Por isso, é muito importante o papel dos Procon's municipais, todavia é através das fiscalizações de rotina que essas práticas vem sendo combatida no mercado consumerista.

Quando o Código Defesa do Consumidor começou a vigorar amparando as lides consumeritas, o consumidor aos poucos foi se conscientizando de seu papel nesse mercado e ficando mais exigente em suas escolhas, em busca de produtos de qualidade. Porém, existem casos, onde as práticas abusivas praticadas por empresas deixa o consumidor completamente inerte, sem saber o que fazer para solucionar o problema. Uma vez que, nem sempre a prática é contra o consumidor vulnerável, a vulnerabilidade acontece no momento em que este, está adquirindo um produto, onde sem perceber é levado ao erro, e por isso, podendo cometer o equívoco de assinar um contrato sem ler todas as cláusulas ou mesmo levar para casa um produto já danificado. Quando ocorrem estas situações, geralmente o consumidor sentido que foi lesado, entra em contato com o fornecedor para resolver esse conflito, entretanto, nem sempre é possível resolver sem que aja qualquer estresse de ambas as partes. E por entender que houve a falta de informação suficiente no ato da contratação, deseja que seus direitos tutelados sejam respeitados.

Entretanto, quando as compras são realizadas fora do estabelecimento comercial e o produto adquirido é entregue com algum vício, ou mesmo deseja o cancelamento da compra, esse consumidor exerce seu direito de arrependimento no prazo legal de 07 dias. As empresas virtuais conhecedora do artigo 49 do CDC respeita com bastante tranquilidade este prazo, são empresas que prezam por um bom atendimento e que andam de mãos dadas com as leis, e certamente não praticará nenhum ato que venha ferir o dispositivo do artigo 49 do CDC, tornando as negociações mais rápidas onde os resultados tendem a serem positivos.

Neste sentido, as garantias de troca referente às compras fora do estabelecimento comercial que o artigo 49 do CDC ampara o consumidor, é por entender que as compras feitas fora do estabelecimento não teve o contato com o produto, já que este foi adquirido através de uma foto ou mesmo uma lente de computador onde o este foi visualizado. Partindo deste pressuposto, façamos uma análise crítica, quanto ao produto adquirido através do mostruário da loja, onde este

deveria ter a mesma proteção, garantindo o prazo legal de 07 dias de troca, justamente pelo motivo desses produtos serem expostos nos mostruários, sendo neste caso, apenas o demonstrativo do produto desejado, que certamente não será o mesmo a ser entregue. Todavia o mesmo encontra-se embalado nos depósitos das respectivas lojas, o que não garante que o produto embalado em suas devidas caixas, não seja entregue ao consumidor com algum tipo de avaria, neste sentido o artigo 18 do CDC, não dispõe de nenhum inciso que garanta a troca deste produto de imediato, infelizmente, mesmo nesta situação, o consumidor obrigado esperar o prazo máximo de até 30 dias para sanar o problema.

Contudo, mesmo com todas as garantias e direitos tutelados, as práticas abusivas, continuam nas instituições financeiras, quando são oferecidos seus produtos, através dos serviços de marketing digital, onde são oferecidos créditos consignados, cartões de créditos entre outros tantos produtos, através desses canais de comunicação. Neste tipo de atendimento, normalmente é solicitado algum número de documento do consumidor, quando isso ocorre, o consumidor é induzido a comprar produtos, como no caso dos cartões de créditos que às vezes nem chega ao endereço do consumidor, porém são descontados mensalmente a anuidade dos mesmos. São práticas abusivas que os Procons em todos os estados vem combatendo, por entender que os consumidores mais vitimados, são os aposentados e pensionistas.

Neste sentido, o consumidor deverá estar sempre atento às negociações em qualquer âmbito comercial do mercado consumerista.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABGI BRASIL. (s.d.). Acesso em 08 de 10 de 2019, disponível em ABGI ACCELERATING INNOVATION: <https://brasil.abgi-group.com/radar-inovacao/inovacao-tecnologica-inovacao-de-produto-x-inovacao-de-processo/>

ALMEIDA, J. B. (2002). A Proteção Jurídica do Consumidor. In: J. B. Almeida, *A Proteção Jurídica do Consumidor* (p. 1). São Paulo: Saraiva.

(2017). In: F. BALZAN, *Direito do Consumidor Esquemático*. São Paulo: Saraiva.

Brasil Escola. (s.d.). Acesso em 21 de 08 de 2019, disponível em monografias Brasil Escola: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/computacao/internet>

BXBLUE. (2019 de 11 de 2019). Acesso em 02 de 11 de 2019, disponível em Simulador de Crédito Consignado: <http://www.bxblue.com.br>

COELHO, F. U. (2016). *DIREITO COMERCIAL*. São Paulo: EDITORA REVISTA DOS TRIBUNAIS LTDA.

Coletiva, O. (2015). *Vade MECUM*. São Paulo: Saraiva.

Gazeta.com.br. (15 de 09 de 2019). Acesso em 31 de 10 de 2019, disponível em A Gazeta: <https://www.agazeta.com.br/economia/golpistas-usam-perfis-falsos-de-lojas-famosas-para-enganar-consumidor-0919>

GUGLINSKI, V. (2014). <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc>.

GUGLINSKI, V. (2014). vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos. Acesso em 21 de 09 de 2019, disponível em Jus Brasil: <https://vitorgug.jusbrasil.com.br/artigos/112106596/breve-historico-do-direito-do-consumidor-e-origens-do-cdc>

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12529.htm. (2011). *Lei 12.529/11*.

Ministério das Comunicações. (20 de 06 de 2013). Acesso em 09 de 10 de 2019, disponível em [mc.gov.br/Inovações Tecnológicas](http://mc.gov.br/Inovações_Tecnologicas): <https://web.archive.org/web/20130601222946/http://mc.gov.br/acoes-e-programas/inovacao-tecnologica>

NETTO, F. P. (2017). *MANUAL DE DIREITO DO CONSUMIDOR*. SÃO PAULO: SARAIVA.

PORTAL DO GOVERNO . (5 de 03 de 2013). Acesso em 02 de 11 de 2019, disponível em PROCON ESTADUAL- ES: <https://procon.es.gov.br/compra-pela-internet-2>

Portaria n.º 310, de 05 de setembro de 2018. (05 de 09 de 2018).

RIBEIRO, G. F. (05 de 09 de 2018). *UOL Notícias*. Acesso em 22 de 10 de 2019, disponível em www.uol.com.br: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2018/09/05/ate-central-do-cliente-como-funciona-uma-loja-falsa-que-da-golpes-online.htm>

SILVA, L. C. (07 de 2016). *Jus.com*. Acesso em 01 de 09 de 2019, disponível em Jus Brasil: <https://jus.com.br/artigos/52626/responsabilidade-civil-no-codigo-de-defesa-do-consumidor>

TOMBINI, A. A. (20 de 12 de 2013). RESOLUÇÃO. *Resolução 4.292* , pp. 02-05.