

CARTILHA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

5ª EDIÇÃO



Realização

Comissão de Defesa
do Consumidor

OABRJ

Cartilha

Defesa do Consumidor

OAB RJ

Rio de Janeiro - 2022
5ª edição

Ordem dos Advogados do Brasil - Seção do Estado do Rio de Janeiro

Presidente

Luciano Bandeira Arantes

Vice-presidente

Ana Tereza Basílio

(Triênio 2022/2024)

Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ

Tarciso Gomes de Amorim - Presidente
Carlos Alberto Dias Sobral Pinto - Vice-Presidente
Débora Batista Martins - Secretária-Geral
Elisabeth Baraúna da Conceição Filha - Secretária Adjunta
Ricardo Luis Fontes Alves - Secretário Adjunto
Bruno Leite de Almeida - Consultor
Eduardo Abreu Biondi - Consultor Honorário

Coordenação e relatoria da revisão - 5ª edição 2022

Débora Batista Martins
Diogo de Souza e Mello

Texto e Revisão

Subcomissão de Atualização da Cartilha de Defesa do Consumidor

Ana Luisa Guimarães	Fernando Lúcio Esteves de Magalhães
Carlos Alberto Sobral Pinto	Rafaella Fernandes dos Santos
Débora Batista Martins	Ricardo Luis Fontes Alves
Diogo de Souza e Mello	Rogério Willian Barbosa de Oliveira
Fabiane Pinto de Sá Ferreira	William Lima Rocha

Agradecimentos

Ao Coordenador Geral das Comissões da OAB RJ Dr. Fábio Nogueira
Ao Consultor Honorário da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ
Dr. Desembargador do TJ/RJ Dr. Eduardo Abreu Biondi
Aos membros da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ
Aos Defensores Públicos do NUDECON (Núcleo de Defesa do Consumidor da
Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro)
A Proteste (proteste.org.br)
Ao Departamento Nacional do SESC
A Secretaria das Comissões e ao Departamento de Jornalismo da OAB RJ

Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ
Av. Marechal Câmara, 150/7º andar – Castelo
20.020-080 – Rio de Janeiro – RJ - Tels.: 2272.2053/2272.2054
E-mail: cdc@oabRJ.org.br Site: www.oab-rj.org.br

Membros da CDC

Alan Flávio da Fonseca Geraldo
Alberto Antonio Nascimento Junior
Alex Motta Cardoso
Alex Riski Filho
Alexandre Ferreira Moura
Ana Cristina Dias Seda
Ana Luisa de Azevedo Rocha Guimarães
Ana Paula Rivas Schilkowsky Bas
André Luis Siqueira Proença Silva
Andreza Mendes Quaresma
Angela Dias Mendes
Angélia Soares da Silva Loureiro
Antônia Cleide Ribeiro Freire
Antônio Carlos Marques Fernandes
Antônio Carlos Sodré Dias
Betina Longaray Delamare
Bianca Pereira Caetano
Bruna Cavalcante do Nascimento
Bruna Perez Duarte de Oliveira Gonçalves Braga
Bruno Reis Couto
Bruno Leite de Almeida
Carlos Alberto Dias Sobral Pinto
Carlos Eduardo Guerra de Moraes
Carlos Eduardo Neves Kebian
Carlos Leno Rodrigues Sarmento
Carlos Othoniel Guedes Pereira Botelho
Cristiane Marques Cepeda do Prado
Cristiane Siqueira Gonçalves
Daniella Leonardo Campos
Danielle Fabricia de Matos Silva
Débora Batista Martins
Débora Ribeiro Wyatt
Delivan Pereira
Diogo de Souza e Mello
Elisabete Gomes Pereira
Elisabeth Baraúna da Conceição Filha
Fabiane Pinto de Sá Ferreira
Fábio Sampaio Ferreira
Fernando Lúcio Esteves de Magalhães
Gisele Lazkani Sterenfeld
Horácio Fernandes Magalhães Gomes
Hugo Almeida Francez Junior
Isabela Maria Saleme Fernandes
Jacqueline Vasconcellos Billio
Janaina Delgado Mocho Alves
Januse da Silva Machado
Jefferson Franklin Batista da Silva
Jéssica Silva de Oliveira
João Alexandre Abdalla Gouvêa
João Renato Lima Paulon
José Agripino da Silva Oliveira
José Roberto de Paiva Paula
Lilian Reys Bellucco
Luiz Felipe Bittencourt Palladino
Marcelo Junqueira Calixto
Marcelo Oliveira Câmara
Marcos Cesar de Souza Lima
Marina Alvarez de Mello Buarque Ribeiro
Mirian Pelegrino
Natalia Nascimento Fusco
Patrícia Banha Miscow
Plínio Lacerda Martins
Rafael Bicharra Barbosa
Rafaella Fernandes dos Santos
Raquel Vazquez Silva
Renata Ruback dos Santos
Renato de Araújo Cid Santa Rita
Ricardo Elias Monteiro
Ricardo Luis Fontes Alves
Rogério William Barboza de Oliveira
Rosangela Guedes Pinheiro Zignago
Sâmya Massari Lima Costa
Sergio Ives Wegbrayt
Sheila Pereira Furtado da Costa
Stephanie Alvarenga Carvalho
Taís Roberta Laranjeira Pagy de Amorim
Tarciso Gomes de Amorim
Thais de Jesus Correa Dias Saldanha
Thiago Loyola Crespo
Valéria dos Santos Dias
Vanessa Medeiros Porcher Vieira
Vinicius Deserto Nascimento
Vitor Luiz de Andrade
William Lima Rocha

Colaboradores da CDC:

Eduardo Chow de Martino Tostes
Regiane Deise de Oliveira Freire

Consultor Honorário da CDC:

Eduardo Abreu Biondi

SUMÁRIO

	pág.
01. Palavra do Presidente da OAB RJ	6
02. Palavra da Vice-Presidente da OAB RJ	7
03. Mensagem do Coordenador Geral das Comissões	8
04. Prefácio	9
05. Apresentação	10
06. Conceitos importantes	10
07. Consumo sustentável	13
08. Dicas para o consumidor consciente e responsável	13
09. Superendividamento	14
10. Privacidade e proteção de dados pessoais nas relações de consumo	15
11. Comércio eletrônico	16
12. Dicas básicas para não cair em golpes	17
13. Direitos básicos do consumidor	18
14. Prazos para reclamar	22
15. Como e onde reclamar pelos direitos violados	23
16. Palavra Final - Faça valer seus direitos	25

1. PALAVRA DO PRESIDENTE

A sociedade brasileira tem muito a festejar no dia 11 de setembro de 2022, ocasião em que o Código de Defesa do Consumidor comemora 32 anos. A OAB RJ tem a honra de celebrar esta longa e rica trajetória de incessantes debates, estudos, combatividade e muita dedicação com o lançamento da 5ª edição da Cartilha de Defesa do Consumidor.

O projeto dessa cartilha, desde sua primeira edição, constitui fundamental instrumento para a realização da plena cidadania promovendo e difundindo a educação para o consumo em prol de toda a sociedade.

A cartilha de Defesa do Consumidor mais uma vez atualizada e revisada, é fruto de dedicação e comprometimento da prestigiosa Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ. Trata-se de ferramenta didática, de fácil compreensão, com conceitos básicos e informações necessárias ao pleno exercício dos direitos do consumidor.

Com o fenômeno da digitalização e virtualização de diversas atividades sociais, as relações de consumo foram profundamente afetadas, fazendo disparar os casos de violação de direitos do consumidor, inclusive os relativos à sua privacidade. A vulnerabilidade do consumidor nesse período de predominância tecnológica e, também, de superendividamento exige um olhar atento do profissional do Direito, e não apenas do legislador, que nem sempre consegue se fazer compreender pelo seu destinatário natural, o cidadão.

Disponibilizada na página virtual da OAB RJ em formato eletrônico, o que possibilita seu amplo compartilhamento e facilita o acesso não só de advogados, mas a toda sociedade fluminense, a cartilha tem o propósito de promover informação qualificada e uma cultura de respeito aos direitos do consumidor.

Em sua 5ª edição, a publicação nos brinda com os temas e desafios atuais, empregando exemplos que facilitam a compreensão e destacando conceitos, princípios e direitos do consumidor previstos na legislação consumerista.

Façam bom uso!

Luciano Bandeira Arantes
Presidente da OAB/RJ

2. PALAVRA DA VICE-PRESIDENTE

A Lei nº 8.078/1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), foi um marco na legislação nacional, com relevantes impactos nas estruturas e institutos vetustos do Direito Civil. Em comemoração aos 32 anos de sua criação, a Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ, presidida pelo competente Dr. Tarciso Gomes de Amorim, lança uma cartilha voltada à temática em uma acertada medida em prol da advocacia consumerista e, sobretudo, da própria sociedade.

Após a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, foi instaurada a inversão do ônus da prova diante de comprovada hipossuficiência, o que constituiu um dos mais importantes instrumentos para equilibrar a desigualdade existente entre fornecedores e clientes. Em outra inovação expressiva, a lei trouxe a possibilidade de o Estado-Juiz rever cláusulas contratuais abusivas, causadoras de desequilíbrio na relação consumidor x fornecedor.

Mesmo após 32 anos de vigência, o código continua sendo uma legislação moderna, visionária e voltada para a proteção e equilíbrio das relações de consumo. Trata-se, sem dúvida, de diploma legal de inegável função social e de implementação do comando constitucional de proteção da dignidade da pessoa humana. A lei contribuiu para o avanço da cidadania e segue como um dos mais relevantes baluartes da garantia de direitos básicos de educação, informação, saúde, segurança, interesses econômicos, transparência e harmonia nas relações de consumo.

O aniversário de 32 anos se dá ao final de uma das maiores crises em saúde pública que a humanidade já viveu: a pandemia da COVID-19, que ajudou a acelerar uma tendência que vinha desde antes, pois já se tinha conhecimento de que o comércio eletrônico iria crescer, e se somou a um exponencial crescimento das demandas judiciais.

O crescimento de compras pela internet foi significativo, tanto que, em 2019, o comércio eletrônico representava apenas 5% do faturamento do varejo no país. E em 2021, essa taxa foi para 11,6%, mais que dobrou, segundo dados da ABComm (Associação Brasileira de Comércio Eletrônico),

Nesse contexto, a cartilha organizada pela operosa Comissão de Defesa dos Direitos do Consumidor se mantém atual e eficiente no seu propósito de informar e proteger os consumidores. Parabenizo todos os seus integrantes pelo excelente trabalho realizado.

Ana Tereza Basílio
Vice-Presidente da OAB/RJ

3. MENSAGEM DO COORDENADOR GERAL DAS COMISSÕES

O Código de Defesa do Consumidor completa, em setembro de 2022, 32 anos. A chancela constitucional, conforme se extrai do art. 5º, inciso XXXII da CF/88, revela a importância da proteção e da defesa do consumidor, algo que faz parte do cotidiano da sociedade brasileira.

A chegada da 5ª edição da cartilha de Defesa do Consumidor promovida pela Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ, dialoga com os principais temas contemporâneos da matéria tais como privacidade e proteção de dados pessoais, comércio eletrônico, superendividamento, hipervulnerabilidade.

O mercado e as relações de consumo na época da promulgação do código não são mais as mesmas dos dias de hoje. Essas mudanças sociais e, também, as inovações tecnológicas estão incorporadas na cartilha, que é um instrumento auxiliar de garantia que reforça e preserva a dignidade do cidadão consumidor.

Sua versão revisada e atualizada apresenta de modo simples os conceitos, temas, e dicas em geral, não apenas para o consumidor na sua vida prática, mas também para o profissional do direito, como uma ferramenta de consulta jurídica confiável de acesso amplo e gratuita.

A cartilha, por certo, não esgota o tema, mas proporciona uma visão atenta no atual contexto das relações de consumo, sem abdicar do enfrentamento técnico dos seus contornos jurídicos.

O futuro que queremos para a sociedade de consumo depende de uma construção plural e dos esforços, união e apoio de todos nós. A OAB RJ apoia e espera que as relações de consumo estejam pautadas pela ética, pela solidariedade e pela justiça promovendo o bem-estar de todos.

Fábio Nogueira
Coordenador Geral das Comissões
Procurador Geral da OAB/RJ

4. PREFÁCIO

O Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990) em vigor desde 11 de março de 1991, é uma lei de ordem pública com aplicação obrigatória em todo território nacional. Sua criação foi determinada pela Constituição da República de 1988. Regula as relações de consumo estabelecendo direitos e obrigações para os consumidores e fornecedores, reconhecendo, ainda, a fragilidade do consumidor frente aos fornecedores de produtos e serviços.

A 5ª edição da cartilha de Defesa do Consumidor apresentada e revisada pela valiosa Comissão de Defesa do Consumidor da OAB RJ, aborda tanto conceitos gerais e principais dispositivos do Código de Defesa do Consumidor, como também enfrenta temas atuais como, o comércio eletrônico, superendividamento, hipervulnerabilidade, a privacidade e proteção de dados pessoais.

A nova edição é apresentada à advocacia e ao público em geral em um momento especial para a defesa do consumidor no Brasil, em razão do fenômeno da transformação digital que exige e justifica também, o reconhecimento da política de defesa do consumidor como política de Estado. Neste contexto, consolida-se a proteção do consumidor, inclusive no ambiente virtual, como agenda prioritária do Estado Brasileiro.

A cartilha tem como finalidade orientar o consumidor acerca das mais variadas questões relacionadas ao mercado de consumo, com foco nos direitos básicos, conceitos, e, também com dicas importantes diante do atual cenário da digitalização das relações de consumo. Entrega ainda ao leitor um panorama sobre o que pode ser reivindicado em caso de suspeita de violação aos direitos previstos no código.

Iniciativas como essa promovida pela OAB RJ, que oferecem informação qualificada, são instrumentos que fortalecem e concretizam a cidadania. É preciso compartilhar o conhecimento para que o cidadão possa defender e garantir seus direitos, sendo esse o primordial objetivo da cartilha, que indica em linguagem acessível os caminhos para o leitor conhecer seus direitos.

Com esse valioso instrumento de cidadania a OAB RJ demonstra seu protagonismo na defesa inegociável dos direitos e da democracia, contribuindo para a melhoria das relações de consumo, e para o desenvolvimento econômico e social do nosso país.

Eduardo Abreu Biondi

Consultor Honorário da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/RJ
Desembargador do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro.

5. APRESENTAÇÃO

No exercício de suas atribuições regimentais a Comissão Defesa do Consumidor da OAB RJ lança a presente cartilha Defesa do Consumidor em sua 5ª edição revisada e atualizada, com o intuito de promover, orientar e facilitar a compreensão sobre os direitos do consumidor.

Esta cartilha tem o propósito de informar, difundir, educar e empoderar os consumidores através do conhecimento básico da legislação consumerista, através de uma linguagem simples e de fácil compreensão e acesso ao cidadão.

Não é novidade que as relações de consumo enfrentam, diariamente novos desafios, principalmente, pelo avanço tecnológico e fenômenos como a digitalização das relações sociais e econômicas. A transformação digital chegou para ficar. A privacidade e a proteção aos dados pessoais, em especial nas relações de consumo, são direitos reconhecidos pela Constituição Federal.

A cartilha aborda de forma simples diversas situações, dicas, sugestões e alertas aos consumidores, representando ainda um instrumento de consulta e apoio aos advogados na consolidação de uma sociedade mais justa, responsável e ética.

6. CONCEITOS IMPORTANTES

Arrependimento – Direito previsto no art. 49 do CDC. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 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.

Cobrança abusiva - Toda cobrança decorre do direito do credor de receber o pagamento de uma dívida. No entanto, na cobrança de débito, o consumidor devedor não poderá sofrer constrangimentos ou qualquer tipo de ameaça.

Código de Defesa do Consumidor – (Lei Federal nº 8.078/90) é um conjunto estruturado de normas de ordem pública e interesse social e está dividido, basicamente, em uma parte geral com conceitos, princípios e direitos básicos (art. 1º ao 7º), e outra com regras específicas sobre variados instrumentos e institutos, contemplando disciplinas do Direito Constitucional, Direito Civil, Direito Processual Civil, Direito Penal, Direito Processual Penal e Direito Administrativo, com o objeto de viabilizar e proteger os direitos do consumidor.

Comércio eletrônico – Também chamado de "e-commerce" é uma relação de consumo realizada por meio de um ambiente virtual (internet).

Consumidor - Qualquer pessoa que compra um produto ou contrata um serviço, para satisfazer suas necessidades pessoais ou familiares. O consumidor pode ser pessoa física ou jurídica. O consumidor vulnerável é aquele que se encontra em situação notoriamente fragilizada dentro de uma relação de consumo quando o fornecedor detém todos os conhecimentos do produto ou serviço.

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

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

Cumprimento da oferta - A oferta é o ato de disponibilizar e colocar em circulação no mercado de consumo um produto ou serviço ao alcance do consumidor. Toda oferta deve ser cumprida nos exatos termos em que foi exposta. Deve respeitar o princípio da boa-fé, deve ser clara e precisa.

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

Princípio da informação - O fornecedor está obrigado a prestar todas as informações acerca do produto ou do serviço, suas características, riscos, preço, forma de pagamento, qualidade etc. o que deve ser feito de maneira clara e precisa.

Produto - São as mercadorias oferecidas e disponíveis para venda. São os bens da vida colocados no mercado de consumo. Existem dois tipos básicos de produtos: I) Bem durável - aquele que não se extingue com o uso. Ex.: carro, geladeira, casa, etc. II) Bem não durável - é aquele que se extingue com o uso. Ex.: alimentos, bebidas, produtos de limpeza etc.

Produto com vício - É aquele que não funciona estando inadequado ao fim a que se destina. Sujeito a assistência técnica para reparo (ex.: geladeira que não funciona, televisão nova que não liga). **Serviço com vício** é aquele onde se verifica a falta de funcionalidade ou ausência de atendimento a finalidade que se destina. (ex: reparo de funilaria que não repara o dano. Pintura borrada).

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

Publicidade enganosa – É aquela capaz de induzir o consumidor em erro. Também pode ocorrer por omissão, quando deixa de informar algum dado essencial do produto ou serviço ao consumidor.

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

Serviço – Atividade fornecida no mercado de consumo, via de regra, onde se paga para que alguma atividade seja prestada, em geral, essencial às necessidades dos consumidores. A pintura de uma casa, a revisão de um veículo, jardinagem, dedetização, etc.

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

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

Vício oculto (não aparente) – É aquele decorrente de própria fabricação e não do desgaste natural do produto ou serviço (ex.: ar-condicionado com vazamento de gás).

Vulnerabilidade – É uma característica do consumidor reconhecida na Lei. Pode ser uma vulnerabilidade técnica, jurídica, fática e informacional. Decorre de uma desigualdade do consumidor no mercado de consumo, por isso justifica uma proteção para aquele que não tem acesso aos sistemas produtivos, nem tem condições de conhecer seu funcionamento e aspectos em geral, não tendo informações sobre as características dos produtos ou serviços oferecidos.

Vulnerabilidade do idoso – (Hipervulnerabilidade) – O fornecedor tem o dever de informar e dar tratamento diferenciado ao consumidor, em especial, quando haja prevalência da fraqueza ou ignorância na relação de consumo realizada com pessoa idosa. São instrumentos de proteção à pessoa idosa entre outros: O Estatuto do Idoso, o Código de Defesa do Consumidor, os Conselhos Estadual e Municipal (respectivamente Lei nº 1.872/91 e Lei nº 2.508/2010).

7. CONSUMO SUSTENTÁVEL

A Resolução nº 70/186 da Assembleia Geral das Nações Unidas consignou a importância do consumo sustentável, enunciando princípios e diretrizes, definindo consumo sustentável como “a satisfação das necessidades de bens e serviços das gerações presentes e futuras de tal modo que sejam sustentáveis do ponto de vista econômico, social e ambiental.”

O consumo sustentável consiste em saber usar os recursos naturais para satisfazer as nossas necessidades, sem comprometer as necessidades e aspirações das gerações futuras, por exemplo, o processo de escolha do consumidor passa incluir a variável ambiental, como produtos orgânicos, separação de lixo, reciclagem etc.

Os cinco pilares do consumo sustentável (também definidos como os 5R's) são: I) REPENSAR os hábitos de consumo e descarte; II) RECUSAR produtos que prejudicam o meio ambiente e a saúde; III) REDUZIR o consumo desnecessário; IV) REUTILIZAR e recuperar ao máximo antes de descartar; V) RECICLAR materiais.

8. DICAS PARA O CONSUMIDOR CONSCIENTE E RESPONSÁVEL

O consumo consciente é uma contribuição voluntária, cotidiana, solidária e interligada com o consumo sustentável, sendo celebrado no dia 15 de outubro o “Dia do Consumo Consciente”.

O consumidor consciente com o compromisso da sustentabilidade e responsável com seus próprios atos, é aquele que valoriza tanto as iniciativas de responsabilidade socioambiental das empresas, dando preferência às companhias que mais se empenham na construção da sustentabilidade, como adota o compromisso ético nas suas escolhas e atitudes.

Confira as dicas:

- a)** evite o consumismo, ou seja, evite adquirir produtos ou serviços sem antes analisar sua real necessidade e planeje os gastos que caibam dentro do seu orçamento. Evite comprar por impulso, pela propaganda, publicidade ou por estratégias de marketing dos vendedores.
- b)** não assuma dívidas ou obrigações que não consiga cumprir, e evite contrair obrigações em nome de terceiros;
- c)** pesquise em mais de um estabelecimento quanto aos melhores preços, condições de pagamento, garantia e priorize as melhores marcas. Sempre que possível negocie preços sem constrangimentos;

d) muito cuidado e cautela nas suas compras e operações pela internet. Preste atenção aos sites (nomes corretos) e desconfie ao menor sinal de irregularidade. Cuidado com as ofertas e promoções. Desconfie dos preços, desconfie dos boletos de pagamento, faça a conferência dos dados. **A Fraude cibernética** em geral ocorre através de e-mails, links, boletos falsos, anúncios fraudulentos etc.

e) evite desperdício e reduza o consumo de energia elétrica e água. O consumo consciente destes recursos preserva o meio ambiente e contribui para uma sociedade mais justa e ética.

f) leve sua própria sacola ao fazer compras, as “ecobags” são uma excelente opção. Se possível prefira embalagens reduzidas ou retornáveis e evite o desperdício de alimentos.

g) leva em conta, ao escolher os produtos que compra, a saúde humana e animal, as relações justas de trabalho, além de questões como preço e marca.

9. SUPERENDIVIDAMENTO

O **Superendividamento** é a impossibilidade global do devedor consumidor, pessoa física, de boa-fé, pagar todas as suas dívidas anuais e futuras, sem comprometer seu mínimo existencial. É a insuficiência de recursos econômicos do consumidor para cumprir suas obrigações financeiras.

A sociedade de consumo se caracterizou pelo fornecimento irresponsável e desenfreado de crédito ao consumidor. A publicidade, o marketing e os meios de comunicação de massa têm sido instrumentos utilizados pelos fornecedores.

O fenômeno do superendividamento é global, não sendo uma realidade apenas brasileira. Há vários modelos de tratamento, mas no Brasil optou-se por não perdoar as dívidas. A atualização do Código de defesa do Consumidor trouxe a necessidade de repactuação apenas para os consumidores de boa-fé que surpreendidos com situações inesperadas e indesejadas, como por exemplo, doença, morte, divórcios, nascimento de filhos e desemprego acabam tornando-se superendividados.

O Código previu que os consumidores são vulneráveis, justificando alguns benefícios ao consumidor diante da disparidade contratual existente, tais como: a inversão do ônus da prova (observando alguns requisitos), a responsabilidade objetiva do fornecedor, possibilidade de ação coletiva, dentre outros. O consumidor superendividado deve procurar, sempre que possível (dependendo de cada caso), um órgão do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (ex. PROCON, Defensoria Pública etc.) visando a reorganização da sua vida financeira, buscando proteção e conciliação para quitar suas dívidas sem comprometer toda a sua renda, nem comprometendo sua subsistência nem de sua família.

10. PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei 13.709/2018) criou os seguintes direitos para o titular de dados aplicando-se nas relações de consumo: Acesso; retificação; cancelamento; oposição; bloqueio; portabilidade; dissociação dos dados pessoais; inversão do ônus da prova quando em juízo e peticionar perante a autoridade nacional e organismos de defesa do consumidor.

Recentemente foi promulgada a Emenda Constitucional nº 115/2022 que elencou a “Proteção de Dados Pessoais” como garantia fundamental. Alteração que incluiu na Constituição Federal de 1988, *no seu art. 5º, inciso LXXIX* o direito à proteção de dados pessoais no rol de direitos e garantias fundamentais ao cidadão, além de fixar a competência privativa da União para legislar sobre proteção e tratamento de dados pessoais. O art. 5º da CF/1988, acrescido do inciso LXXIX, dispõe que: *“é assegurado, nos termos da lei, o direito à proteção dos dados pessoais, inclusive nos meios digitais”*.

Essa mudança confere maior segurança jurídica ao titular dos dados pessoais que muitas vezes será o próprio consumidor quando inserido em uma relação de consumo.

Saliente-se que a privacidade já gozava de proteção constitucional conforme artigo 5º, inciso X da CF/88, que prevê que *“são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurando o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação”*.

No que tange aos dados pessoais e informações em geral de cadastro o próprio Código de Defesa do Consumidor já previa em seu artigo 43, *muito antes da LGPD (Lei 13.709/2018)*, que o consumidor terá direito de acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes, devendo ainda os respectivos cadastros e dados de consumidores serem objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão.

Prevvia ainda que a eventual abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo fosse comunicado por escrito ao consumidor, quando não solicitado por ele, bem como, já previa que o consumidor pudesse, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, exigir sua imediata correção.

O uso indiscriminado de dados atrelados ao CPF prolifera no Brasil e preocupa as autoridades, na medida em que não é possível ter certeza quanto ao destino final dos dados, bem como o objetivo do pedido dos comerciantes.

Com a chegada da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, com a inclusão na Constituição Federal da proteção aos dados pessoais como direito fundamental, e com a proteção do Código de Defesa do Consumidor espera-se maior proteção jurídica neste importante aspecto da sociedade atual, mas principalmente, que as pessoas façam valer seus direitos e passem a ser mais criteriosas na hora de repassar seus dados privados, seja em uma postagem em redes sociais ou no fornecimento de documentos como RG e CPF para determinadas companhias. O conhecimento do destino dos dados e, também, a forma como eles serão utilizados darão maior segurança jurídica às pessoas.

11. COMÉRCIO ELETRÔNICO

Desde 2013 estão valendo as regras do Decreto nº 7.962/2013, que regulamentou o Código de Defesa do Consumidor para tratar do Comércio Eletrônico "e-commerce" - aquela relação de consumo que se desenvolve através de ambiente virtual (internet). Ao consumidor no comércio eletrônico são assegurados os seguintes direitos, dentre outros:

- a) A proteção contra as práticas abusivas ou que se prevaleçam da sua fraqueza ou ignorância, bem como contra toda publicidade enganosa ou abusiva;
- b) Proteção na publicidade ou comercialização de produtos, tendo em vista fatores que elevam a sua vulnerabilidade, tais como sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, entre outros;
- c) Acesso, durante toda relação de consumo, a informações corretas, claras, precisas e ostensivas e em língua portuguesa quando a oferta e publicidade forem assim realizadas;
- d) Acesso prévio às condições gerais de contratação, sem as quais ele não se vincula;
- e) Exercício efetivo do direito de arrependimento nos contratos de comércio eletrônico, possibilitando-lhe desistir do contrato firmado no prazo de 7 (sete) dias sem necessidade de justificar o motivo e sem qualquer ônus, nos termos do art. 49 do Código de Defesa do Consumidor;
- f) Acesso facilitado a informações sobre seus direitos e como exercê-los, em especial no que se refere ao direito de arrependimento;
- g) Facilitação e celeridade do cancelamento de cobrança pela Administradora e/ou Emissor do Cartão, nas hipóteses de descumprimento contratual pelo fornecedor ou não reconhecimento da transação pelo consumidor, com base nas cláusulas contratuais entre fornecedores e na boa-fé das partes.

O fornecedor que atua no comércio eletrônico é obrigado ainda, a informar em sua página na internet alguns requisitos fundamentais:

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

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

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

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

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

As empresas fornecedoras devem criar um “serviço de atendimento eletrônico” com prazo de até 5 (cinco) dias para que o fornecedor “responda” eventual reclamação sobre os produtos ou serviços, incluindo os casos de dúvidas, informações, suspensão ou cancelamento do contrato.

Cabe registrar que a regulamentação da Internet no Brasil está regida pelo MCI (Marco Civil da Internet) Lei nº 12.965/14 e seu Decreto regulamentador nº 8.771/16, que estabelecem princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil.

12. DICAS BÁSICAS PARA NÃO CAIR EM GOLPES

a) Não click em links desconhecidos: desconfie mesmo! Não acesse links ou abra e-mails ou mensagens suspeitas.

b) Cuidado com as compras “on line”: Dê preferência a sites conhecidos ou com referências. Pesquise endereço, marca, redes sociais etc.

c) Cuidado com as suas senhas: Utilize senhas fortes com números, letras e caracteres. Não compartilhe código ou senha com desconhecidos, principalmente, através de aplicativos de mensagens.

d) Cuidado com seus cartões: Não entregue seu cartão se não puder ver o tempo todo o que está sendo feito com ele. Não deixe que um prestador tire foto/ou filme (frente e verso). Em uma operação de entrega ou pagamento desconfie se a pessoa estiver com o celular na mão, em especial à noite “supostamente usar a lanterna para iluminar”.

e) No seu celular: ative os recursos de segurança, habilite a biometria Touch ID, habilite o reconhecimento facial “face ID”; senhas, duplo fator de autenticação. Guardar marca, tire foto do seu IMEI e número de série e arquive com segurança – Não use seu aparelho sem código de bloqueio. Desabilite visualização de conteúdo de notificações em geral quando o aparelho estiver bloqueado e desabilite assistentes como a SIRI!

f) Aplicativos e Redes Sociais: use a autenticação em dois fatores. Habilite o touch ID/reconhecimento facial.

13. DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Proteção da vida, saúde e segurança do consumidor - O Código de Defesa do Consumidor dedica especial preocupação com a proteção da vida, saúde e segurança dos consumidores contra produtos e serviços perigosos ou nocivos. Produtos perigosos por sua natureza e características como exemplo, produtos de limpeza, devem conter informações necessárias sobre o uso, composição, toxicidade, riscos, antídoto etc.

Informação adequada - Direito básico do consumidor de ser informado adequadamente acerca do que está consumindo e obter informações claras sobre os diferentes produtos e serviços (ex.: informações verdadeiras, corretas, de fácil compreensão, necessárias, úteis, de fácil visualização).

O fornecedor deve informar o que é o serviço ou produto, o que ele faz, para que serve, qual seu valor à vista ou parcelado, taxa de juros, formas de pagamento, prazo de garantia, data de fabricação e prazo de validade, nome do fabricante ou importador e endereço, tributos incidentes.

Proteção contra publicidade enganosa e publicidade abusiva - A publicidade que não respeita as boas práticas pode influenciar na capacidade de decisão do consumidor. É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

A publicidade também pode ser enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

É abusiva, dentre outras, a publicidade discriminatória de qualquer natureza, que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeite valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

Proteção contratual - O Código de Defesa do Consumidor garante a igualdade nas contratações, possibilitando modificação ou supressão de cláusulas contratuais desproporcionais, que provoquem desequilíbrio entre o consumidor e o fornecedor. O consumidor ter acesso prévio ao conteúdo do contrato, ou seja, antes da assinatura. As cláusulas devem ser interpretadas de forma mais favorável ao consumidor e as cláusulas que imponham penalidade ou desvantagem ao consumidor devem ser claras, expressas, destacadas no restante do contrato.

Proteção às cláusulas contratuais abusivas - O Código de Defesa do Consumidor não permite cláusulas que:

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

k) infrinjam ou possibilitem ao fornecedor ou consumidor violar normas ambientais.

É fundamental que o consumidor leia atentamente os termos do contrato e ao encontrar alguma cláusula que não esteja de acordo, exija sua alteração ou exclusão. Em caso de dúvida, o consumidor deve buscar auxílio profissional ou procurar os órgãos de defesa do consumidor para obter esclarecimentos.

Prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais - Os defeitos, os vícios em geral e as informações inadequadas sobre a forma de utilizar produtos e serviços podem causar danos materiais ou morais ao consumidor, ou mesmo causar acidentes de consumo que podem causar lesões físicas ou psicológicas no consumidor.

Sempre que um produto ou serviço causar dano serão responsabilizados:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Facilitação da defesa dos direitos dos consumidores - Além do amplo acesso à justiça, dos juizados especiais na matéria consumerista, é garantido ao consumidor, como direito básico, a inversão do ônus da prova, ou seja, a possibilidade do juiz considerar verdadeiros os fatos alegados pelo consumidor e exigir que o fornecedor faça prova contrária a estas alegações.

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

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

a) permanência ou continuidade;

b) igualdade na prestação para todos os usuários;

c) eficiência que se traduz na busca constante de atualização;

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

e) cortesia no atendimento à população.

Fique atento: A falta de pagamento poderá ocasionar a interrupção do serviço. Entretanto, existe obrigatoriedade de aviso prévio ao consumidor sobre a inadimplência, comunicando-lhe da possibilidade de paralização dos serviços prazo para regularização do pagamento devido.

14. PRAZOS PARA RECLAMAR

O Código de Defesa do Consumidor dispõe sobre prazos para o consumidor reclamar seja de problemas e defeitos seja de fácil ou complexa constatação.

Fique atento os prazos:

a) 30 dias para produtos e serviços **não duráveis** (medicação, alimentação, serviços autônomos como de lavanderia). Para produtos conta-se a partir da entrega e para serviços desde a conclusão.

b) 90 dias para produtos e serviços **duráveis** (mobiliário, eletrônicos, veículos ou conserto de produtos). Para produtos conta-se a partir da entrega e para serviços desde a conclusão.

No caso de defeito oculto tanto do serviço como do produto, esse prazo começa a contar a partir do momento em que o problema se manifeste.

Reclamar quando o produto apresenta um defeito dentro do prazo de garantia oferecido pela lei, significa dar ao fornecedor a oportunidade de solucionar o problema, de sanar o defeito, sem nenhum custo para o consumidor.

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

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

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

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

15. COMO E ONDE RECLAMAR PELOS DIREITOS VIOLADOS

São opções do consumidor adotar quaisquer das hipóteses abaixo:

- a)** Contatar o fornecedor por escrito, com carta enviada com aviso de recebimento (AR) pelo correio, para solução amigável.
- b)** Procurar os órgãos de defesa do consumidor na busca de solução extrajudicial. Tais instituições ajudam o consumidor orientando ou intermediando a negociação com os fornecedores.
- c)** Procurar auxílio profissional de advogados tanto na busca de solução extrajudicial, como também, orientação e adoção de medidas judiciais, levando o problema ao Poder Judiciário. Por meio dos Juizados Especiais Cíveis (JEC), que foram criados com o objetivo de dar soluções ágeis para questões consideradas mais simples, que não dependam de provas complexas como perícias de engenharia, contábeis ou médicas, o consumidor poderá buscar seus direitos sem constituir advogado, nas causas até 20 (vinte) salários. Acima deste valor será obrigatório constituir advogado, observado o limite de até 40 salários-mínimos nos Juizados cuja competência abrange regiões ou bairros da cidade.

OBS: O consumidor que desejar acessar o Juizado Especial para solucionar um problema de relação de consumo deve procurar o local mais próximo da sua residência, levando originais e cópias da Carteira de Identidade (RG), do CPF (CIC) e comprovante de residência juntamente com todos os documentos relacionados à questão: notas fiscais, cheque, ordem de serviço, ordem de entrega do produto, folheto de publicidade, contrato, etc.

- d)** Outra opção é buscar a “Justiça Comum”, sendo obrigatório estar assistido por um Advogado ou mesmo pela Defensoria Pública do Estado.
- e)** Se o dano for coletivo, ou seja, atingir um contingente mais amplo, numa mesma situação, os órgãos de defesa do consumidor, a Defensoria Pública, o Ministério Público ou as associações de consumidores podem em nome próprio, entrar com uma ação em defesa dos lesados e prejudicados em seus direitos.

ONDE RECLAMAR

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

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

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

Av. Rio Branco, nº 25 - 5º andar, Centro - RJ - CEP 20.090-003
Para Reclamar: www.procononline.rj.gov.br
E-mail: reclame@procon.rj.gov.br (indicar nome, CPF, endereço, telefone e um breve resumo do problema a ser resolvido) Tel. agendamento: (21) 98596-4638 ou (21) 98596-5723 - Agendamento por whatsapp: (21) 99374.1505

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

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

ALERJ – Assembléia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro

Comissão de Defesa dos Direitos do Consumidor - Codecon
Rua da Alfândega, nº 8, Centro – Rio de Janeiro/RJ - CEP 20.070-000
Tel: 0800 282 7060 - Whatsapp: (21) 99854.7060
Site: <https://www2.alerj.rj.gov.br/cdc>

Defensoria Pública do Estado do Rio de Janeiro

NUDECON - Núcleo de Defesa do Consumidor
Rua São José, nº 35 - 13º andar (Edifício Garagem Menezes Côrtes), Centro – RJ.
20.010-020 -Telefone: 129 - E-mail: nudecon@dpge.rj.gov.br
Urgências em plano de saúde: (21) 99664-3692 - nudecon.saude@defensoria.rj.def.br

MPRJ – Ministério Público do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Apoio Operacional das Promotorias de Justiça de Tutela Coletiva de Defesa do Consumidor e Contribuinte
Av. Marechal Câmara, nº 370, Centro – Rio de Janeiro – RJ - 20.020-080 - Tel: 127
<http://www.mprj.mp.br/comunicacao/ouvidoria>

Plataforma consumidor.gov.br

Nessa plataforma o consumidor pode se comunicar diretamente com as empresas participantes, que recebem, analisam e respondem aos consumidores em até 10 dias.

16. PALAVRA FINAL - FAÇA VALER OS SEUS DIREITOS

Neste ano o Código completa 32 anos e continua sendo uma das leis mais importantes do nosso país representando significativo avanço para o exercício da cidadania. É uma das poucas leis que é constantemente lembrada e festejada quando do seu aniversário em 11 de setembro de 1990 (quando promulgado), assim como ocorre no dia 15 de março quando é celebrado o Dia Nacional do Consumidor (Lei 10.504/02).

Todos nós somos consumidores. Todos temos interesses em fazer cumprir os princípios e direitos previstos na norma consumerista. A cartilha representa valioso instrumento de colaboração e defesa da cidadania. O Código de Proteção e Defesa do Consumidor é um conjunto de normas que protege e defende os direitos do consumidor.

As relações de consumo diariamente enfrentam novos desafios, principalmente pelo avanço tecnológico e fenômenos como a digitalização das relações sociais e econômicas. A festejada jurista e professora Claudia Lima Marques considera, com propriedade, que as palavras-chaves nas relações de consumo deste século são a informação, a transparência e a segurança.

Por isso, a Comissão de Defesa do Consumidor da Ordem dos Advogados do Brasil, Seção Rio de Janeiro, disponibilizou a 5ª edição da Cartilha do Consumidor para que o consumidor e o advogado tenham informações necessárias e dicas valiosas para exercer o direito nas relações de consumo.

Faça valer os seus direitos!

Tarciso Gomes de Amorim
Presidente da Comissão de Defesa do Consumidor da OAB/RJ

