

**FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FÁCER  
CURSO DE DIREITO**

**JOSÉ CARLOS DE SOUZA**

**COBRANÇA INDEVIDA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

**RUBIATABA/GOIÁS**

FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA – FACER  
CURSO DE DIREITO

JOSÉ CARLOS DE SOUZA



## COBRANÇA INDEVIDA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Monografia apresentada à Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Direito sob a orientação da professora Especialista Monalisa Salgado Bittar.

30469  
Saceri

Tombo nº	13883
Classif.:	
Ex.:	01
Origem:	d
Data:	09/02/09

RUBIATABA/GOIÁS  
2008

**JOSÉ CARLOS DE SOUZA**

**COBRANÇA INDEVIDA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

COMISSÃO JULGADORA  
MONOGRAFIA PARA A OBTENÇÃO DO BACHARELADO DE DIREITO PELA  
FACULDADE DE CIÊNCIAS E EDUCAÇÃO DE RUBIATABA

RESULTADO: \_\_\_\_\_

Orientadora: Monalisa Salgado Bittar  
Especialista em Docência Universitária e Direito Civil: Monalisa  
Salgado Bittar

1º Examinador: \_\_\_\_\_  
Especialista em Direito Privado: Sérgio Luiz Oliveira dos Santos

2º Examinador: Roseane Cavalcante de Souza  
Mestre em Direito Agrário: Roseane Cavalcante de Souza

Rubiataba, 2008

## **DEDICATÓRIA**

*Dedico este trabalho aos meus pais, Geraldo e Antônia (que já estão com senhor Jesus), a Maria minha irmã por ter me dado tanta força nestes anos de luta, aconselhando, apoiando, encorajando, rindo comigo nos momentos alegres e compartilhando comigo os momentos difíceis, é uma grande Irmã.*

*A minha grande amiga Gláucia e sua família que me apoiou e recebeu-me em sua casa como amigo dando-me força e incentivo*

*À coordenadora do curso de Direito Roseane Calvacante de Souza e as professoras Geruza Silva de Oliveira e Monalisa Salgado Bittar que muito se esforçaram para realização deste trabalho.*

*E a todos os patrocinadores e colaboradores da Revista Vip's do Vale, que indiretamente contribuíram financeiramente para que eu pudesse realizar meu sonho.*

## **AGRADECIMENTOS**

*Agradeço a Deus em primeiro lugar, pois sem o apoio Dele não conseguiria concluir o curso, pois passei por muitas privações, e nesses momentos de lutas Ele sempre esteve ao meu lado e com muito esforço lutei por todos esses anos para conseguir realizar este meu sonho: ser Bacharel em Direito.*

**RESUMO:** Este trabalho procura enfatizar a aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor nas relações de consumo, quando há ocorrência de práticas abusivas como a cobrança indevida. Com certa frequência as práticas abusivas na relação de consumo adquire uma relevância social. Notando essa realidade vemos que o Código de Defesa do Consumidor diz que aquele que é cobrado indevidamente tem direito a repetição do indébito em quantia igual ao dobro do que pagou em excesso (art.42, parágrafo único). Considerando não apenas a relação intersubjetiva entre as partes, mas também as suas conseqüências macrológicas. Sendo assim devemos focar a indenização em vez da simples reparação, que o art. 42, nos diz que quando um fornecedor ou prestador de serviços cobra uma quantia já paga ou que não foi contratada, deve repetir em dobro do que se pagou em excesso. Sem embargo o maior obstáculo hermenêutico é a imprecisão do texto, que refere apenas à “repetição em dobro do que já se pagou em excesso”, de uma forma nublada deixando o consumidor a deriva, que se recusa a fazer o pagamento indevido. Neste caso sistemático e teleológico, deve condenar o fornecedor a pagar o equivalente aquilo que ele pretendeu receber indevidamente do consumidor.

**Palavras chaves:** Consumidor, fornecedor, cobrança indevida, indébito, Código de Defesa do Consumidor.

**SUMMARY:** This work looks for to emphasize the applicability of the Code of Defense of the Consumer in the consumption relations, when it has occurrence of practical abusive as the improper collection. With certain frequency practical the abusive ones in the consumption relation acquire a social relevance. Noticing this reality we see that the Code of Defense of the Consumer says that one that is charged improperly has right the claiming an amount paid in error in equal amount to the double of what it paid in excess (art.42, only paragraph). Considering not only the intersubjetiva relation between the parts, but also its macrological consequences. Being thus we must focar the indemnity instead of the simple repairing, that art. 42, say in them that when a supplier or lender of services charges an amount already paid or that it was not contracted, must repeat in double of what it was pleased in excess. Without embargo the biggest hermeneutic obstacle is the imprecisão of the text, that it relates only to the “repetition in double of what already it was pleased in excess”, of a cloudy form leaving the consumer the drift, that if refuses to make the undue payment. In this in case that systematic and teleologic, it must condemn the supplier to pay the equivalent what it intended to receive improperly from the consumer.

Words Keys: Consumer, supplier, improper collection, undue, Code of Defense of the Consumer.

## LISTA DE ABREVIATURAS/SÍMBOLOS

Ms. – mestre

Esp. - especialista

Art. - Artigo

nº.- Número

p. - Página

SERASA - O termo Serasa não constitui uma sigla e, portanto, não há significado.

Ed. – editor

rev – revisada

amp – ampliada

§ - parágrafo



## **LISTA DE SIGLAS**

FACER – Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba

CDC - Código de Defesa do Consumidor

CF - Constituição Federal de 1988

PROCON - Proteção e Defesa do Consumidor

SPC - Serviço de Proteção ao Crédito

CC - Código Civil

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	11
1 DIREITO DO CONSUMIDOR.....	14
1.1 Considerações Gerais.....	14
1.2. Histórico do direito do consumidor no mundo .....	15
1.3 Histórico da Defesa do Consumidor no Brasil .....	17
1.4 Evolução do Direito do Consumidor .....	18
1.4.1 Em Busca do Tempo Perdido .....	19
1.4.2 O Problema do Consumo de Massa.....	20
1.4.3 Constituição de 1988 – Nasce o Direito do Consumidor .....	21
2. A CRIAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SEUS PRINCÍPIOS .....	22
2.1 A Lei 8.078/90 .....	22
2.2 Conceitos de Fornecedor .....	23
2.3 Relações de Consumo .....	23
2.4 Conceito de Consumidor.....	24
2.5 Pessoa que Ganha o Produto ou Serviço .....	25
2.6 Produtos e Serviços Destinados ao Consumo.....	25
2.7 Consumidora-Coletividade .....	26
2.8 Conceito de Produto.....	27
2.9 Conceito de Serviço .....	27
2.10 Princípios do Direito do Consumidor .....	27
2.10.1 Princípio Protecionista.....	28
2.10.2 Filosofia de Proteção ao Consumidor.....	28
2.10.3 A Realidade Brasileira .....	29
2.10.4 Proteção ao Consumidor.....	30
2.10.5 Princípio Democrático .....	30
2.10.6 Princípio da Ecologia do Consumo .....	31
2.10.7 Princípio da Veracidade.....	31
2.10.8 Publicidade Enganosa ou Abusiva.....	32
2.10.9 Princípio da Vulnerabilidade nas Relações Bancárias.....	32
3. A COBRANÇA INDEVIDA.....	34
3.1 Conexão com o art. 71 .....	34
3.2 Ação Regular de Cobrança .....	35
3.3 As Ações Proibidas.....	35
3.4 Ameaça .....	36
3.5 Constrangimento Físico ou Moral .....	36
3.6 Afirmções Falsas, Incorretas ou Enganosas.....	37
3.7 Exposição ao Ridículo .....	37
3.8 Interferência com Trabalho, Descanso ou Lazer .....	37
3.9 Caracterização do Direito à Repetir.....	38

3.10 Indenização por Danos Materiais e Morais .....	38
3.11 O Direito a Repetição em Dobro Indepe de Meio de Cobrança .....	38
3.12 Cobrança Indevida .....	39
4. REPETIÇÃO DO INDÉBITO NO CASO DA COBRANÇA INDEVIDA.....	40
4.1 A repetição do Indébito.....	40
4.2 Direito de Reclamar .....	41
4.3 Reparação por Dano Moral.....	42
4.4 Clientes Devem Procurar o Procon Para Reclamar .....	44
CONCLUSÃO .....	46
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	48

## INTRODUÇÃO

Desde os tempos antigos até os dias atuais o homem sempre buscou meios para viver uma vida que facilitasse a aquisição de bens e serviços, que dessem condições a sua sobrevivência, com o passar das eras o comércio evoluiu e assim tivemos o início do escambo como uma prática mercantil, que com o tempo se desenvolveu até o surgimento da moeda.

Esta consciência de uma liberdade individual é a etapa fundamental da evolução histórica, a base para o desenvolvimento de novas aspirações para o homem que passa a pensar em todas as suas relações, no entendimento às suas necessidades básicas.

Serão utilizados métodos de compilação e pesquisa. Análise de doutrinas, artigos de internet, Código de Defesa do Consumidor, Constituição Federal, Código Civil, análise de matérias correlatas em revistas, entre outras; com objetivo de analisar o direito do consumidor em relação à cobrança indevida, avaliando os tipos de cobrança indevida, verificando assim a cobrança do indébito em dobro em caso de cobrança indevida de dívida.

Caso o consumidor seja cobrado indevidamente o que se deve fazer nos termos que preceitua o artigo 42 do Código de Defesa do Consumidor exposto no parágrafo, podemos deduzir que esta relação de consumo, sempre quem sai ganhando é o fornecedor, pois ele não dá todas as informações necessárias para o consumidor conhecer seus direitos.

Trataremos sobre o tema a repetição do indébito em dobro no caso de cobrança indevida de dívida. O Código não permite que o fornecedor, na cobrança de dívida, ameace ou faça o consumidor passar vergonha em público. Não permite, também, que o fornecedor, sem motivo justo, cobre o consumidor no seu local de trabalho.

Se o fornecedor cobrar quantia indevida, ou seja, a quantia que já foi pago ou mais do que o devido, o consumidor terá direito de receber o que pagou, em dobro, com juros e correção monetária.

A repetição de indébito em dobro está prevista pelo parágrafo único, do art. 42 do Código de Defesa do Consumidor, representa hipótese legal de indenização com finalidade de sanção em função da violação ao dever intransponível do fornecedor de agir de acordo com o parâmetro de qualidade.

Como diz Leite, (2002, p. 18), “Com a Revolução Industrial e a explosão demográfica, houve nítida separação entre as atividades de produção e de comercialização. A demanda aumentou incrivelmente e gerou o chamado consumo de massa, ou consumo em larga escala”.

Nesta época em que vivemos as relações de consumo entre os prestadores de serviços e os consumeristas, tem aumentado vertiginosamente nesta relação de consumo, revelando assim a fragilidade do consumidor no país, o art. 51 do CDC reveste-se de grande importância no cenário jurídico, para que os abusos possam ser coibidos por via de nulidade das cláusulas abusivas judicial ou administrativamente, nos contratos de massa e de adesão em detrimento do equilíbrio contratual.

Como nos diz Oliveira, (2004, p. 23), “a punição imposta pelo art. 42, parágrafo único, da lei, tem como premissas a irregularidade da cobrança e o pagamento indevido realizado pelo consumidor”. E não podem ser considerados irregulares a cobrança e o pagamento efetuado nos moldes do contrato, por exemplo, eventual nulidade ou abusividade depende de pronunciamento judicial.

No primeiro capítulo, o presente trabalho enfoca de forma global o histórico do direito do consumidor no Mundo e no Brasil e a sua evolução através dos tempos mostrando os passos desde a Revolução Industrial até chegarmos à criação do Direito do Consumidor no Brasil com a promulgação da constituição de 1988.

No segundo capítulo, discorrer-se-á sobre os conceitos de fornecedor na pessoa física e jurídica, o que é consumidor, produtos e serviços, abordaremos de forma mais profunda sobre alguns princípios fundamentais nas relações de proteção ao consumidor quanto às cobranças indevidas e a vulnerabilidade das relações de consumo.

No capítulo três, refere-se à incidência no CDC nas relações de consumo, discorrendo sobre a posição que deve ter o consumidor diante do seu fornecedor quando este for cobrado indevidamente de forma aleatória causando-lhe danos morais, materiais, etc.

No capítulo quatro, abordaremos o direito do consumidor com a repetição do indébito no caso da cobrança indevida, a reparação por dano moral, o direito de reclamar, a repetição do indébito e o Procon que é um órgão que está a serviço do consumidor para fazer valer o Código de Defesa do Consumidor.

# 1 DIREITO DO CONSUMIDOR

## 1.1 Considerações Gerais

Neste capítulo trataremos do histórico do Código do Consumidor no mundo e no Brasil falando desde os tempos primórdios como o homem se relacionava uns com os outros nesta relação de consumo, suas origens no Brasil até chegar aos dias de hoje.

Com a necessidade e a consciência de que o homem deve buscar melhores condições de vida em todos os níveis é que a relação de consumo passa a ser questionada, notadamente, em paralelo aos movimentos sindicalistas que questionavam a relação de trabalho em todos os aspectos que impactam a qualidade de vida. De forma que há que se considerar o início para um histórico deste movimento, Declaração dos Direitos do homem e do cidadão; no contexto da Revolução de 1789, pois antes de considerar o sujeito da relação de consumo é preciso reconhecer o indivíduo como cidadão; sujeito de direitos individuais. Esta consciência de uma liberdade individual é a etapa fundamental da evolução histórica, a base para o desenvolvimento de novas aspirações para o homem que passa a pensar em todas as suas relações, no entendimento às suas necessidades básicas.

A ideologia da igualdade entre os homens, o que permeia toda evolução histórica e passa a ceder às constatações de desigualdade reais, uma espécie de lapidação da aplicação prática da ideologia no decorrer da história.

## 1.2 Histórico do direito do consumidor no mundo

Impostos; eles estão por toda a parte, presentes em praticamente todas as atividades do homem. No mundo contemporâneo há incidência de impostos sobre as mais variadas práticas no cotidiano do homem: existe um imposto para acender a luz, para comprar um imóvel, para dirigir um carro, para abastecer esse mesmo carro de combustível, para jogar fora o lixo residencial, para falar ao telefone, para o trabalhador receber seu salário, para comprar alimentos, etc.

Especialistas em economia entendem os impostos como um mal necessário que, na verdade, sempre esteve presente na história da humanidade. De fato, não disseram nenhuma inverdade, pois já nos tempos bíblicos encontramos relatos da prática ou cobrança de impostos

Exemplos da História: O ano de 926 antes de Cristo na Palestina, marcou o fim do império de Davi e Salomão e marcou também o fim da possibilidade de Israel tornar-se uma grande potência. Com a morte de Salomão, o domínio então passou a ser ocupado por dois reinados: Judá ao sul e Israel ao norte deixando grandes heranças aos israelitas que, por outro lado, não souberam fazer outra coisa a não ser disputar o poder com tribos rivais. Roboão, herdeiro direto ao trono, foi o principal personagem da grande decadência de Israel.

Assim que assumiu o governo, Roboão concentrou suas forças e poderes para aumentar a cobrança do jugo castigando ainda mais o povo que já vinha sofrendo duras conseqüências do reino anterior comandado pelo pai de Roboão.

Toda e qualquer orientação dos sacerdotes com respeito às atitudes impiedosas e absurdas foram desprezadas por Roboão. Naquela época quem resistia à cobrança de impostos sofria covardes castigos corporais. Este comportamento trouxe a desintegração do país, que mais tarde decaiu-se em sucessivas guerras conhecendo seu fim efetivo no ano de 721 a.C., quando então foram derrotados pelos Assírios.

No Egito de Cleópatra, por exemplo, os impostos incidentes sobre o comércio de Pófiro (uma espécie de pedra preciosa de grande beleza) eram fundamentais para assegurar



todo luxo e conforto do palácio da jovem rainha. Na Roma antiga, impostos e tributos garantiam toda riqueza e opulência presentes na vida dos Césares. No mundo medieval período tido como carregado de trevas e marcado por pensamentos negativos. O sistema feudal mostrou que a história não era bem assim, pois o feudalismo proporcionou prosperidade econômica contando com inovações agrícolas, mas também contou com pesados impostos. Para o historiador Georges Dyuby, a exploração aplicada pelos impostos nesta época era proporcional ao índice de prosperidade da comunidade, gerando não raro, grandes revoltas populares.

O rei da Espanha, Carlos I, também intitulado como Carlos V, após ser eleito imperador do Sacro Império Romano, costumeiramente recorria ao patrocínio financeiro de banqueiros poderosos como Jacob Fugger, homem tido como mais rico da Europa do século XVI. O imperador utilizava destes recursos para financiar seus interesses pessoais e, sobretudo políticos. Carlos V, o homem mais poderoso da Europa, era habilidoso em lançar e cobrar impostos do povo europeu. Toda sorte de requintes disponíveis aos imperadores eram sustentados pela cobrança de impostos. Mais próximos de nós, os reis portugueses com uma política ineficiente e uma precária estrutura tributária, incapaz de gerarem receitas investiram seus esforços em monopólios régios como do açúcar e pau-brasil.

Na Rússia de 1708, sob o reinado de Pedro, o Grande, ocorreram casos inusitados quanto à cobrança de impostos. Pedro elaborou um plano estratégico para a criação de novos impostos. Seu plano envolvia a contratação de Alexis Kurbatov, pessoa que já havia despertado a atenção de Pedro quando idealizou o que mais tarde seria chamado de “imposto do selo”. Pedro foi bem sucedido em seu plano de arquitetar novas maneiras de tributar a população, pois em seu governo desenvolveram-se as mais diversificadas e inusitadas formas de tributar as atividades humanas. Havia um imposto para tomar banho; um imposto sobre barba, seguido por outro imposto sobre o bigode; cavalos também eram tributados; havia ainda um imposto para o casamento; um imposto sobre chapéu e uso de botas; para funerais; para elaboração de testamentos, dentre tantos outros.

### 1.3 Histórico da Defesa do Consumidor no Brasil

A história da defesa do consumidor no Brasil tem no Código de Defesa do Consumidor seu grande marco. Embora o Código seja recente desde a sua publicação, sabemos que o movimento de defesa do consumidor teve início há quase 30 anos.

Reconstituir a história é uma etapa fundamental para institucionalizarmos nossa memória, avaliarmos os avanços e sedimentarmos as conquistas.

Foram selecionadas as sugestões enviadas para a Assembléia Nacional Constituinte de 1988 sobre a temática da proteção e defesa do consumidor e os documentos de criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, além de seus relatórios de atividades e atas de reuniões.

Também foram inseridos os pareceres elaborados pelos professores José Geraldo Brito Filomeno, Ada Pellegrini Grinover; Jorge Eluf, Fábio Konder Comparato, que ilustraram o momento histórico que viveu o país durante a elaboração do CDC. Os pareceres foram elaborados com a finalidade de rechaçar, endossar ou sugerir dispositivos legais que protegessem de forma mais adequada o consumidor brasileiro.

Existem ainda cópias dos projetos de lei apresentados até a versão final do texto que culminou no atual Código de Proteção e Defesa do Consumidor, a exposição de motivos, os vetos presidenciais e seus fundamentos, além de diversos outros materiais sobre o tema.

Há também documentos que registram o histórico legislativo da Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, que trata da Ação Civil Pública. O ano de 1985 nos aponta para uma nova etapa de proteção jurídica dos interesses difusos, sobretudo no que diz respeito aos direitos dos consumidores. Some-se à Lei nº 7.347/85 o Decreto nº 91.469, também de 24 de julho de 1985, que criou o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor.

Longe de se tornar um material acabado, a presente catalogação de dados legislativos históricos da defesa do consumidor é um material em contínua construção. Ao mesmo tempo em que compartilhamos as informações disponíveis, convidamos os integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cidadãos, fornecedores e demais atores sociais a

participar deste processo, contribuindo com a reconstituição de uma parte inédita e extraordinária da nossa cidadania.

#### **1.4 Evolução do Direito do Consumidor**

A evolução histórica do Código de Defesa do Consumidor teve como 1ª fase os direitos no trabalho de Wagner Rocha D'Angelis (1989). A 2ª fase é marcada pelo Pacto Internacional sobre os direitos econômicos, sociais e culturais, aprovado pela proteção ao consumidor em fase de abusos cometidos por fornecedores. A 3ª fase consiste na elaboração de diretrizes para o alcance dos direitos conquistados, bem como no aperfeiçoamento do instrumental colocado à disposição dos povos para validação desses direitos. Neste momento, sob a inspiração da declaração dos direitos do consumidor, preferida pelo presidente John Kennedy, em 15.03.1962, marcado a necessidade de legislação específica para o consumidor, a Resolução nº. 39/248 da Organização das Nações Unidas aprovada em 1985, traçando uma política de proteção ao consumidor.

Historicamente, a sociedade de consumo conviveu em perfeita harmonia através da simplicidade tecnológica apresentada nos produtos e serviços apresentados. Com o passar do tempo, entretanto, a posição do consumidor foi piorando. O mercado tomou proporções inimagináveis rompendo com a convivência pessoal e harmoniosa entre as partes exigindo assim normas e regras para resguardar os direitos do cidadão.

Para Lucca (1995, p. 63), a “relação de consumo é aquela que se estabelece, necessariamente entre fornecedor e consumidor, tendo por objeto a aquisição ou utilização de produtos ou serviços por parte deste último”.

Segundo Donato, (1994, p. 32/33):

O Código de Defesa do Consumidor foi concebido como instrumento necessário à proteção dos interesses das pessoas enquanto consumidores, estado, a partir desse momento, a ordem jurídica efetivamente a reconhecê-los e elencá-los como uma categoria que é sempre sujeito de direitos e obrigações.

É evidente que o Código de Defesa do Consumidor tem por finalidade a proteção integral do consumidor em face do fornecedor, caracterizando a relação de consumo que é seu objeto. O Código de Defesa do Consumidor é de grande importância na sociedade brasileira, pois abrange diversos aspectos positivos dentro do ordenamento jurídico.

#### **1.4.1 Em Busca do Tempo Perdido**

Surgido há três milhões e quinhentos mil anos, o homem levou mais de dois milhões de anos para inventar o machado de punho, que se tornou a sua principal ferramenta e arma durante mais de um milhão de anos. Só muito tempo depois, há 35 mil anos, foi que criou o arco e flecha. Passaram-se mais trinta e cinco anos até que o homem inventasse a roda, o arado, a vela de iluminação e erigisse a primeira grande civilização do planeta, na Mesopotâmia.

## 1.4.2 O Problema do Consumo de Massa

Até meados do século XVIII, consumidor e fornecedor encontravam-se em condições de igualdade. A atividade produtiva era artesanal e envolvia apenas os membros da família ou de alguns poucos operários. As relações de consumo eram singelas e modestas: o consumidor final, por via de regra, adquiria as mercadorias diretamente do produtor. Os bens eram manufaturados de forma quase individualizada para cada consumidor, o que contribuía para diminuir sensivelmente a margem de vícios ou defeitos.

Dessa forma, o produtor conhecia o produto que colocava no mercado e o consumidor, de sua parte, sabia a procedência do que comprava.

Com a Revolução Industrial e a explosão demográfica, houve nítida separação entre as atividades de produção e de comercialização. A demanda aumentou incrivelmente e gerou o chamado consumo de massa ao consumo em larga escala.

A propaganda se desprende da atividade puramente comercial, criou seu próprio campo de atuação, com empresas específicas em cada ramo publicitário.

Como resultado, o consumidor não reconhece mais o produtor da mercadoria que adquire. Normalmente, nem mesmo tem acesso ao conteúdo da embalagem, que vem lacrada, os defeitos só serão constatados depois da aquisição.

Diante disso, tornou-se imprescindível a existência de normas destinadas a organizar esse complexo processo econômico, que começa no extrator de matéria-prima, passa pelos produtores primários e secundários e atravessa a rede mercantil-financeira-publicitária, até chegar ao consumidor final. A organização desse processo, com a definição das responsabilidades atribuíveis a cada participante, é necessária, não só para a proteção dos consumidores, mas para a própria viabilidade e sobrevivência do sistema.

### 1.4.3 Constituição de 1988 – Nasce o Direito do Consumidor

Instaurando um novo ciclo político no Brasil, a Assembléia Nacional Constituinte promulga, em outubro de 1988, a nova Constituição da República, na qual insere os direitos do consumidor dentre os direitos fundamentais da cidadania, em seu art. 5º, inciso XXXII.

O art. 48 das Disposições Constitucionais Transitória determinava que o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborasse um código para a defesa dos consumidores. Dando cumprimento a tal preceito, não sem um certo atraso, o Congresso Nacional aprova em 11 de setembro de 1990 a Lei n. 8.078, que institui o Código de Defesa do Consumidor. O Código entra em vigor a 12 de março de 1991.

Comparato (p. 65-75, outubro/dezembro de 1990) Graças ao Código, consolida-se uma nova disciplina jurídica que os estudiosos chamam de Direito do Consumidor. Com o passar do tempo, à própria expansão das relações de consumo, o Direito do Consumidor deverá se expandir e evidenciar cada vez mais sua autonomia científica.

Desde a sua publicação, o Código sofreu apenas algumas poucas alterações pontuais, que não alteram a sua substância – o que dispõe em favor da boa técnica legislativa que presidiu a sua elaboração.

O Poder Executivo regulamentou parcialmente o Código por meio do Decreto n. 407, de 30 de dezembro de 1991. Em 1997, elaborou o Regulamento completo do consumidor, contido no Decreto n. 2.181 de 21 de março de 1997.

No próximo capítulo trataremos da defesa do consumidor e seus princípios, fornecendo os conceitos e a definição de alguns princípios que são fundamentais nesta relação de consumo.

## 2 A CRIAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SEUS PRINCÍPIOS

Com o avanço da tecnologia e do consumo foi gerada a necessidade de proteger o consumidor nesta relação de consumo, onde o mesmo sempre estava perdendo, pois não existia uma lei específica que resguardasse seus direitos. A criação do Código de Defesa do Consumidor com seus princípios veio sanar essa necessidade de fazer valer os direitos do consumidor.

Segundo Leite, (2002, p. 56):

A palavra “código” provém do latim *caudex*, ‘tabuinha de escrever’, por *codex*, ajuntamento de tabuinhas enceradas sobre as quais os antigos escreviam. Mais tarde, *codex* serviu para designar um bloco de folhas de pele de animal. A partir de *codex* surgiu, no século III, o vocábulo *codice*, para designar um bloco de folhas de manuscrito em pergaminho, parecido com os livros atuais, que veio a substituir os livros mais antigos, em forma de rolo. *Codice* era, então, todo manuscrito em pergaminho, independente de seu conteúdo.

### 2.1 A Lei 8.078/90

Assim, em 11 de setembro de 1990, foi criada a Lei 8.078, amparada por garantias constitucionais, o que significa, na prática, que nenhuma lei ordinária poderá revogar o seu teor, sendo nula de pleno direito qualquer norma ou ato normativo que contrarie a norma constitucional. O artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988 dispõe que, *in*

*verbis*: “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Trata-se, portanto, de uma garantia constitucional.

## **2.2 Conceitos de Fornecedor**

Assim, num dos pólos de relação de consumo vamos encontrar o fornecedor que, é definido pelo art. 3º do Código de Defesa do Consumidor.

Como nos diz Oliveira, (2004, p. 24):

Dispõe o art. 3º do CDC: Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que envolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou prestação de serviços.

## **2.3 Relações de Consumo**

As relações de consumo são as relações jurídicas por excelência que envolvem sempre basicamente duas partes bem definidas: de um lado um adquirente de um produto ou serviço (consumidor); de outro o fornecedor ou vendedor de um produto ou serviço (produto/fornecedor).



Destina-se à satisfação de uma necessidade privada do consumidor. O consumidor, não dispondo, por si só, de controle sobre a produção de bens de consumo ou prestação de serviços que lhe são destinados, arrisca a submeter-se ao poder e condições dos produtores daqueles mesmos bens e serviços.

## 2.4 Conceito de Consumidor

Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Equipara-se o consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Trata-se de uma definição objetiva que tem como única restrição que seja a utilização do produto ou de serviço feita por destinatário final, de forma que, surge a dúvida em relação àquele que consome para utilização em sua profissão, com fim de lucro.

Segundo Zanardo, (1994, p. 56):

Primeiro conceito de consumidor, disposto no art. 2º, caput, refere-se ao consumidor **padrão** ou **standard** aquele que de alguma forma participa da relação de consumo, merecendo por esta razão, a percepção de uma tutela específica.

## **2.5 Pessoa que Ganha o Produto ou Serviço**

Esclarece Leite, (2002, p. 50):

Além da pessoa que efetua diretamente a aquisição do produto ou serviço, também é consumidor aquele que recebe o produto ou serviço como presente. Dessa forma, alguém que receba uma geladeira de presente de casamento pode, ele mesmo exigir do fabricante ou importador e se for o caso, do comerciante que responda por vícios ou defeitos do produto.

## **2.6 Produtos e Serviços Destinados ao Consumo**

Segundo Leite, (2002, p. 50):

Não se considera relação de consumo aquela travada entre empresários, em que o produto ou serviço adquirido destina-se não ao consumo final, mas a integrar o processo de produção ou de comercialização. Assim, é consumidor o cidadão que compra pregos para fixar quadros nas paredes de sua casa, mas não é o industrial mobiliário que adquire parafusos para a montagem dos móveis que comercializa.

## 2.7 Consumidora-Coletividade

O parágrafo único do art. 2º do Código do Consumidor equipara a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Estão sob o alcance desta norma todas as pessoas que venham a sofrer danos em razão de defeito do produto ou serviço fornecido, ainda que não os tenham adquirido nem recebido como presente.

Art. 17 - É livre a criação, fusão, incorporação e extinção de partidos políticos, resguardados a soberania nacional, o regime democrático, o pluripartidarismo, os direitos fundamentais da pessoa humana e observados os seus preceitos.

Art. 29 - O Município reger-se-á por lei orgânica, votada em dois turnos, com o interstício mínimo de dez dias, e aprovada por dois terços dos membros da Câmara Municipal, que a promulgará, atendidos os princípios estabelecidos nesta Constituição, na Constituição do respectivo Estado e os seus preceitos.

O consumidor será considerado como coletividade e não apenas individualmente, mas sobre o prisma de proteção do Código de Defesa do Consumidor, mesmo que indetermináveis, mesmo que haja ingerência nas relações de consumo.

Como nos diz Filomeno, (1999, p. 38/39), “o que se tem em mira é a universalidade, ou seja, conjunto de consumidores de produtos e serviços, ou mesmo grupo, classe ou categoria deles, e desde que relacionados a determinado produto ou serviço”.

## 2.8 Conceito de Produto

Produto segundo dispõe o art. 3, § 1º, do Código, *in verbis*: “é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”.

Essa descrição engloba praticamente todos os bens comercializáveis tanto móveis quanto imóveis. Não deixa dúvida quanto à aplicabilidade do Código do Consumidor aos negócios imobiliários, já que existe referência aos bens imóveis no art. 3º, bem como regra explícita no art. 53, que declara nulas de pleno direito as cláusulas do contrato de compra e venda de imóveis que estabelecem a perda total das prestações pagas em caso de inadimplemento.

## 2.9 Conceito de Serviço

Serviço, nos termos do § 2º do mesmo art. 3º, *in verbis*: “é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo mediante renumeração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhistas”.

## 2.10 Princípios do Direito do Consumidor

O art. 4º do Código do Consumidor estipula os princípios que regem as relações de consumo e que podem ser entendidas como os princípios do Direito do Consumidor.

### 2.10.1 Princípio Protecionista

O princípio protecionista, ou da vulnerabilidade, está inserido no art. 4º, inciso I e II, do Código do Consumidor. Após deixar explícito, no inciso I, *in verbis*: o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo”, o Código preceitua a ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor, no inciso II.

A expressão protecionismo pode, em face de uma análise superficial, levar à idéia errônea de que a lei de consumo tem espírito antiisonômico, ou seja, pode-se vislumbrar um conflito entre o princípio da isonomia, constante do artigo 5º da Constituição Federal, segundo o qual *in verbis*: todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza.

Segundo John Locke, (2002, p. 72):

No final do século XVII, concluindo que existe um direito natural e que todo ser humano traz consigo ao nascer certos conceitos éticos universais, passa a pregar a adoção do Estado de direito e fornece os elementos com os quais Montesquieu formulara a teoria da divisão dos poderes.

### 2.10.2 Filosofia de Proteção ao Consumidor

As diferentes concepções filosóficas de proteção do consumidor prendem-se a uma questão central, que busca definir como fica a posição do Estado dentro da nova realidade socioeconômica do mercado de consumo em larga escala desmassificado. No momento atual,

é conveniente a presença do Estado nas relações de consumo? E no futuro “mercado global de um só comprador” haverá necessidade da existência do Estado interventor?

O Código do Consumidor brasileiro optou por prescrever uma intervenção estatal relativamente rigorosa nas relações de consumo, destinada à garantia dos direitos do consumidor, em função do que impôs uma série de restrições à liberdade do empresário e do fornecedor de bens e serviços em geral.

Sob essa perspectiva, a filosofia de proteção do consumidor comporta três variantes, que são denominadas por Nobert Reich de teoria pré-intervencionista, teoria intervencionista e teoria pós-intervencionista.

A teoria pós- intervencionista, inaugurada nos anos 1980, é a que está agora na pauta das discussões sobre o tema.

Reich, (2002, p. 87) afirma categoricamente que, “os mercados de economia desenvolvida estão sofrendo uma racionalização da proteção do consumidor.”

### **2.10.3 A Realidade Brasileira**

A realidade socioeconômica dos países desenvolvidos difere da dos países subdesenvolvidos, o que evidentemente reflete nas relações de consumo. Nestes países subsiste, em certa medida, um problema logicamente anterior ao da proteção ao consumidor, que é o próprio acesso ao consumo.

O Brasil está numa posição de vanguarda em relação aos seus parceiros latino-americanos, sul-asiáticos e africanos, haja vista já ter ingressado na fase de consolidação de um sistema de proteção do consumidor. Mesmo assim, quase um terço da população brasileira vive em situação de miséria, impossibilitada de participar do mercado de consumo.

Ferrajoli – escreve Ramos – (2002, p. 91-92):

Defende a restrição do direito de propriedade e das liberdades econômicas em nome da garantia dos valores fundamentais da existência humana incorporados nas normas constitucionais. Com isso, acredita estar ampliando a 'liberdade' do cidadão, em contraposição à violência, simbólica e real, que o Estado burguês e o próprio poder econômico exercem sobre os cidadãos.

#### **2.10.4 Proteção ao Consumidor**

O fundamento filosófico-jurídico do sistema de proteção ao consumidor está na necessidade de atuação de uma força externa, representada pelo Estado, para anular o desequilíbrio natural de forças entre fornecedor e consumidor. O risco de ocorrência de vício ou defeito se verifica tanto no bem oriundo da produção em massa, quando no da produção desmassificada; tanto no serviço oferecido no mercado de massa, quanto no serviço personalizado.

#### **2.10.5 Princípio Democrático**

Deveras importante é o princípio democrático ou da representação, para a compreensão do espírito do Código do Consumidor. Trata-se de princípio de teoria política, albergado pelo Código em diversos dispositivos.

O princípio democrático é aquele que garante ao cidadão a participação no poder político, diretamente ou por meio de representante por ele escolhido.

Afirma Rousseau (2002, p. 93):

Rigorosamente falando, nunca existiu verdadeira democracia nem jamais existirá, pois contraria a ordem natural o grande número de cidadãos governar, e ser o pequeno governado. Acrescenta, em seu ceticismo: Se houvesse um povo de deuses, ele se governaria democraticamente. Tão perfeito governo não convém aos homens.

### **2.10.6 Princípio da Ecologia do Consumo**

Segundo o princípio da ecologia do consumo, ou da qualidade de vida, o sistema de produção e consumo deve funcionar de modo a assegurar a sustentabilidade do equilíbrio ecológico. O art. 51, inciso XIV, declara nulas as cláusulas que infrinjam ou possibilitem a violação de normas ambientais.

Beviláqua (2002, p. 101) asseverava “que todos os atos jurídicos sem exceção estão submetidos ao princípio da boa-fé, que ele chamava de princípio gerais do justo e do honesto”.

### **2.10.7 Princípio da Veracidade**

O princípio da veracidade, também conhecido como princípio da confiança, previsto no art. 6º, inciso IV, do Código, veda a publicidade enganosa e abusiva e os métodos comerciais coercitivos ou desleais. O consumidor, quando adquire um produto ou serviço, o



faz sob o alento de certas expectativas. O fornecedor que frustra essas expectativas viola o princípio da veracidade.

### **2.10.8 Publicidade Enganosa ou Abusiva**

O art. 30 dispõe que, *in verbis*: toda informação ou publicidade, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação relativa a produto ou serviço, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado. Esse é um meio de desestimular o fornecedor a divulgar informações enganosas.

### **2.10.9 Princípio da Vulnerabilidade nas Relações Bancárias**

O 4º artigo, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor, reconhece a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

No dizer do Casado, (2000, p. 32):

(...) o banqueiro que concede crédito é fornecedor de um produto consumível (juridicamente com certeza) pelo mutuário, na qualidade de destinatário final, visto que ele irá utilizá-lo para suprir-lhe alguma utilidade (...). Mas para a definitiva caracterização de relação de consumo é necessário que o mutuário do banco apresente também a característica de vulnerabilidade.

No dizer de Denari, (2004, p. 203):

(...). a vulnerabilidade não configura elemento essencial da noção de consumidor, pois existem consumidores mais ou menos vulneráveis segundo as respectivas capacidades aquisitivas de bens de consumo. As pessoas jurídicas não cessam de ser consumidoras, muito embora apresentem menor índice de vulnerabilidade no confronto com as pessoas físicas. Nem seria justo, (...), discriminar as pessoas jurídicas, recusando-lhe as normas codificadas.

De resto, não se mede a vulnerabilidade pelo vínculo da subordinação econômica. O consumidor não é vulnerável porque se encontra numa situação de subordinação econômica ao fornecedor, mas porque, figura no pólo passivo da relação de consumo, como adquirente do bem ou serviço do serviço.

No próximo capítulo trataremos da cobrança indevida, das irregularidades, do constrangimento legal, da indenização e do direito do recebimento em dobro com correção monetária da dívida indevida.

### 3 A COBRANÇA INDEVIDA

O consumidor muitas vezes quando recebe a cobrança indevida passa por uma série de constrangimentos, indo desde a exposição ao ridículo, ameaça, interferência em seu local de trabalho, onde o mesmo então tem o direito de indenização por danos morais e materiais.

Art. 42. Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

#### 3.1 Conexão com o art. 71

Antes de qualquer análise que institui o Código relativamente à cobrança de dívidas, é preciso que se faça leitura do art.71, que estabelece o crime em que incorre o fornecedor que descumpre a norma, *in verbis*:

Art. 71. Utiliza, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmação falsas, incorretas, enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena – detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

### 3.2 Ação Regular de Cobrança

A cobrança de uma dívida é ação regular do credor em relação ao devedor. A Lei n. 8.078, obviamente, não a impede. O que está proibido é a chamada cobrança abusiva.

Para o exato sentido da abusividade da cobrança é preciso examinar a norma contida no caput do art. 42 na sua necessária combinação com o tipo penal do art. 71. A simples leitura do contido no caput do art. 42 pode levar a equívocos.

É que da leitura isolada do art. 42 poder-se ia chegar a sentido oposto ao instituído pela norma, pois está escrito que, *in verbis*: “na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo, nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça”.

### 3.3 As Ações Proibidas

Ação de cobrança somente é válida se estiver dentro dos limites do Código de Defesa do Consumidor. A propósito, leiamos novamente o art. 71, *in verbis*:

Art. 71. Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas, incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer:

Pena – detenção de 3 (três) meses a 1 (um) ano e multa.

Em primeiro lugar, diga-se que o uso do termo injustificável, de forma inteligente, dá guarida a tudo o que dissemos: o exercício regular do direito de cobrar é garantido.

### **3.4 Ameaça**

Excluindo a ameaça do exercício regular de um direito, qualquer outra ameaça está proibida.

A coação já é em si o exercício de uma ação (coação) contra a vontade do consumidor inadimplente.

Infelizmente, tem sido comum nos hospitais; o administrador ou seu agente coage o consumidor a assinar uma nota promissória ou a entregar um cheque para o pagamento da dívida, sob pena de não liberá-la do hospital ou não liberar pessoa de sua família.

### **3.5 Constrangimento Físico ou Moral**

Estão evidentemente, proibidas quaisquer ações que impliquem constrangimento físico ou moral.

Enquadram-se nesse caso de cobrança abusiva todas as práticas que expõem o consumidor inadimplente a riscos a sua saúde e integridade física, bem como de seus familiares, e/ou lhes causem dor (aspecto moral).

### **3.6 Afirmações Falsas, Incorretas ou Enganosas**

Diga-se inicialmente, mais uma vez, que é da natureza do direito não admitir a inverdade. Aqui ela surge outra vez para tornar abusiva a cobrança com a designação de decorrer de afirmação falsa, incorreta ou enganosa.

### **3.7 Exposição ao Ridículo**

A exposição ao ridículo, sem decorrer do ato legal de cobrar, torna a cobrança abusiva. Está proibida, por exemplo, a remessa de correspondência “aberta”, fazendo cobrança; ou o envio de envelope com carta de cobrança, tendo-se colocado por fora do envelope em letras garrafais “cobrança” ou tarja vermelha com o termo “cobrança” ou “devedor”. É ilegal, também, a colocação de lista na parede da escola ou na sala de aula com o nome do aluno inadimplente etc.

### **3.8 Interferência com Trabalho, Descanso ou Lazer**

A leitura desatenta do dispositivo pode levar ao raciocínio que demonstre sua inconstitucionalidade, pois, como já se disse, a cobrança de qualquer crédito estaria inviável se o consumidor inadimplente não pudesse ser cobrado no seu trabalho, na hora de descanso ou no período de lazer.

### **3.9 Caracterização do Direito a Repetir**

Para a configuração do direito à repetição do indébito em dobro por parte do consumidor, é necessário o preenchimento de dois requisitos objetivos: cobrança indevida e pagamento pelo consumidor do valor indevidamente cobrado.

### **3.10 Indenização por Danos Materiais e Morais**

Mas nada disso, inclusive o fato de o consumidor nem sequer ter pago o valor cobrado indevidamente suprime seu direito ao pleito de indenização por perdas e danos materiais e/ou morais.

### **3.11 O Direito a Repetição em Dobro Independe do Meio de Cobrança**

Aquele que demandar por dívida já paga, no todo ou em parte, sem ressaltar as quantias recebidas ou pedir mais do que for devido, ficará obrigado a pagar ao devedor, no primeiro caso, o dobro do que houve cobrado e, no segundo, o equivalente do que dele exigir, salvo se houver prescrição.

### 3.12 Cobrança Indevida

Cobrança indevida é quando alguém recebe cobrança de um valor que não seja devido, pois ele não usou de serviço ou produto requerente para seu consumo e as vezes recebe em sua casa ou no seu local de trabalho a cobrança do mesmo, passando por uma série de constrangimentos.

Assim, o art. 71 do Código de Defesa do Consumidor nos traz a possibilidade de aplicação de uma pena nos casos de cobranças de forma constrangedora.

Na verdade isso não é novidade, pois o Código Penal já estipula pena para o caso de ameaça e coação, além de afirmações falsas.

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor, quem for cobrado indevidamente tem direito à restituição em dobro do valor pago a mais, acrescido de correção monetária e juros legais. Isso pode ocorrer, por exemplo, no pagamento de um boleto bancário com valor a mais ou de uma conta telefônica com ligações não efetuadas.

Caso isso ocorra, o consumidor deve procurar o Procon para que se possa fazer uma notificação contra a empresa, a fim de que ela devolva, em dobro, o valor pago em excesso. O consumidor deve estar sempre atento, conferindo o valor cobrado e reclamando quando ele estiver errado.

No próximo capítulo trataremos primordialmente, que dessa relação de consumo ambas as partes tem que saírem satisfeitas, em caso contrário se o consumidor for lesado, tem que ser ressarcido por seus danos morais e materiais; baseado no artigo 42 do Código de Defesa do Consumidor, que prevê a devolução em dobro dessa cobrança indevida.



## **4 REPETIÇÃO DO INDÉBITO NO CASO DA COBRANÇA INDEVIDA**

### **4.1 A repetição do Indébito**

Quando o consumidor receber uma cobrança indevida ele tem toda uma cobertura do nosso Código de Defesa do Consumidor para valer seus direitos de: reclamar, repetir o indébito em dobro, ser reparado pelos danos sofridos, e procurar o órgão do direito de defesa do consumidor para fazer valer os seus direitos.

A repetição de indébito nas relações de consumo é regulada pelo art. 42, parágrafo único, do CDC (Código de Defesa do Consumidor), que prevê a devolução em dobro quando o consumidor for cobrado em excesso, salva engano justificável.

Todavia, antes de adentrar no estudo da forma com o engano justificável é analisado, cumpre pontuar quando é devida a repetição do indébito dobrado.

Assim sendo, o consumidor tem direito à devolução em dobro quando estão presentes alguns requisitos, são eles: dívida oriunda de uma relação do consumo, efetivo pagamento do valor cobrado indevidamente e que não haja engano justificável do fornecedor.

Neste ponto, cumpre acrescer que a simples cobrança não seja a hipótese em comento, para que fosse possível a devolução em dobro com base no dissabor de receber um boleto bancário em duplicidade, seria preciso mudar a redação do art. 42, parágrafo único, do Código de Defesa do Consumidor, trocando a frase “pagou em excesso” por se cobrou em excesso.

Cerca de 42 milhões de brasileiros sofrem com endividamento crônico, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Isso significa que mais de 22% da população tem dívidas impagáveis de acordo com a sua possibilidade de ganho. Ou seja, o brasileiro gasta muito mais do que ganha e do que pode pagar.

A mentalidade do crédito fácil é nociva e leva o consumidor a fazer, por exemplo, um empréstimo para pagar outro e, assim, ele nunca sai da dívida crônica, porque ele não sabe nem se preocupar para fazer isso.

A devolução em dobro da quantia cobrada indevidamente é questionável. Boa parte da doutrina e jurisprudência exigem que seja feito o pagamento, para configurar-se o direito à repetição em dobro.

## **4.2 Direito de Reclamar**

Segundo o Código de Defesa do Consumidor, o consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, detalhe: este que torna suma importância a vítima reclamar de seus direitos nas Procuradorias do Consumidor. Queixas também podem ser feitas na delegacia. Quando o problema não é solucionado com a empresa que efetuou a cobrança, o consumidor deve sempre recorrer ao Procon, que dentro das normas legais, vai exigir o estorno dos valores cobrados indevidamente.

O consumidor deve procurar logo a instituição e reclamar os serviços não requisitados e, em caso de necessidade, procurar as entidades de direito ao consumidor.

Comprovado a cobrança indevida e ao dano suportado, imperativo é o dever de indenizar, demonstrando que a reclamante por diversas vezes tentou dar ciência de que sua obrigação já havia sido cumprida, tendo encontrado injustificada resistência, por parte da prestadora de serviços, em retificar o erro cometido. Demonstrando o transtorno e comprometimento do exercício profissional, decorrente, é cabível, a indenização por dano moral.

Reparação por dano moral, apontamento indevido de débitos por bancos. Registro indevido do nome da correntista na central de restrições de órgão de protesto ao crédito. Ato ilícito absoluto dano moral caracterizado indenização devida.

### **4.3 Reparação por Dano Moral**

Perdas e danos morais – apontamento indevido de débitos, pelo Banco, enviando o nome do assinante ao Serviço de Proteção ao Crédito e Serasa, situação provocadora de restrições aos clientes, causando, a vulnerabilidade do seu crédito, financiamento, reputação e honra-dignidade, frente a situação constrangedora criada pro erro do Banco. Assim, dano moral é configurado. Presunção absoluta, dispensando prova em contrário.

A sensação de ser humilhado, de ser visto como mau pagador quando não se é, constitui violação do patrimônio ideal que é a imagem idônea, a dignidade do nome, virtude de ser honesto.

Diante do exposto, a empresa requerente requer a condenação do Banco requerido no dever de indenizar pelos danos morais que provocou com a inserção indevida no Serasa e Serviço de Proteção ao Crédito, e ainda encaminhar tal título para o Cartório onde fica exposto a toda sociedade.

Segundo Oliveira, (2004, p. 23):

A punição imposta pelo art. 42, parágrafo único, da lei, tem como premissas a irregularidade da cobrança e o pagamento indevido realizados pelo consumidor. E não pode ser considerado irregulares a cobrança e o pagamento efetuados nos moldes do contrato, por exemplo, eventual nulidade ou abusividade depende de pronunciamento judicial.

O movimento consumerista está inserido na macrotema direitos humanos sendo indiscutível que somente a necessidade e a consciência de que o homem deve buscar melhores condições de vida em todos os níveis e que a relação de consumo passa a ser questionada. Desta forma foi designada a comissão especial para estudar a implantação de defesa do consumidor.

Assim, quando o consumidor é lesado ele recorre ao Código de Defesa do Consumidor, que analisa as relações jurídicas, basicamente analisando as duas partes, bem definidas, o consumidor e do outro lado o produtor, fornecedor.

O Código de Defesa do Consumidor traz a tona uma nova maneira de pensar, o instituto jurídico das obrigações, uma luz sobre a importância da tutela do contrato.

Com o aumento do consumo, houve as cobranças indevidas através de faturas telefônicas, cartões de crédito, bancos etc. Com isso se estabelece que a repetição do indébito em dobro no caso da cobrança indevida de dívida. Em épocas de abuso nas relações consumeristas, aumento de privatizações de prestadoras de serviços essenciais, a temática do artigo 51 do Código de Defesa do Consumidor reveste – se de importância no cenário jurídico, na medida em que os abusos possam vir nulidade.

Há profissionais que ajudam o indivíduo a literalmente sair do buraco. Os mais indicados são o consultor financeiro e o advogado especialista em defesa do consumidor. Um vai fazer a análise dos extratos bancários e o outro vai entrar com o processo em caso de cobrança indevida de taxas, serviços etc. Tem de se analisar tudo na ponta do lápis. Ao checar todos os lançamentos em contas e financiamentos, verificamos cobranças indevidas, cobranças de juros sobre juros, o que é ilegal. Em 100% dos casos de verificação descobre-se que o devedor é o banco, pois o grande problema é que os consumidores tem preguiça de ir à Justiça em busca de seus direitos.

É preciso que as pessoas invistam em educação financeira para não perderem dinheiro e para não serem enganadas pelos abusos muitos comuns no mercado brasileiro, que difunde a cultura dos quatro “Ps”; pesquisar, planejar, pechinchar e pagar à vista, O

consumidor que souber usar os quatro “Ps” para comprar terá seu bolso protegido. Saber comprar é um exercício difícil, ainda mais quando se é consumista por natureza.

Boriola diz que o consumidor deve lembrar dos quatros “PS” antes de fazer qualquer compra, evite a todo custo as compras a prazo, pois os juros embutidos são muito altos. E o pior é que não são visíveis e a pessoa sempre engana achando que está fazendo um bom negócio.

A devolução em dobro da qual destaca o parágrafo único do artigo 42 do CDC da quantia cobrada indevidamente é questionável. Boa parte da doutrina e jurisprudência exigem que seja feito o pagamento, para configurar-se o direito à repetição em dobro.

Desde junho de 2006, definiu-se que os bancos devem seguir as regras do Código de Defesa do Consumidor no tratamento de seus clientes. Com isso, os consumidores ganharam força na hora de fazer reclamações, já que o mesmo confere ao fornecedor o dever de prestar um serviço adequado.

Para quem não sabe, o Código pode ser usado em casos de envio de cartões indesejados, empréstimos sem cláusulas claras, situações de filas abusivas e mau atendimento.

#### **4.4 Clientes Devem Procurar o Procon Para Reclamar**

Segundo o Código de Defesa do Consumidor, o consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, detalhe: este que torna de suma importância a vítima reclamar de seus direitos nas Procuradorias do Consumidor. Queixas também podem ser feitas na Delegacia de Defraudações, e a empresa pode ser indiciada até por estelionato. Denúncias também podem ser levadas ao conhecimento da Curadoria do Consumidor. Quando o problema não é solucionado com a empresa que efetuou a cobrança, o consumidor deve sempre recorrer ao

Procon, que dentro das normas legais, vai exigir o estorno dos valores cobrados indevidamente.

O artigo 192, da Constituição Federal dispõe, *in verbis*: “O Sistema Financeiro Nacional estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado no país e a servir aos interesses da coletividade, será regulado em lei complementar (...)”. (OLIVEIRA, 1990, p. 207).

Conforme Wald, (2001, p. 632):

O dinheiro e o crédito constituem promessa de pagamento, dando ensejo a uma circulação de mercadorias ou valores. E, efetivamente, a entrega de dinheiro sobre qualquer forma de produto pelo destinatário final, se fosse para colecionar as moedas sem repassá-las a terceiros.

Ainda, enfatiza que o consumidor protegido pela lei, é aquela pessoa que para as suas necessidades pessoais, não profissionais, contrata o fornecimento de bens e serviços, não os repassado a terceiros, nem os utilizando como instrumento de produção. (WALD, 2001, p. 632).

## CONCLUSÃO

Diante de todo o exposto, podemos tirar proveito de vários ensinamentos que os doutrinadores concluíram sobre a legislação consumerista, que trata de uma filosofia de ação nas relações de consumo na política nacional para atender as necessidades dos consumidores em vários ângulos, como sua dignidade, saúde, segurança, qualidade de vida, direito de igualdade e proteção aos seus interesses econômicos, que é imprescritível na harmonia das relações de consumo.

Com toda essa evidência sabemos que o consumidor é a parte mais vulnerável no mercado de consumo (principalmente com relação às cláusulas abusivas) é claro que existe a necessidade da intervenção estatal para proteger o consumidor, onde o mesmo deve desempenhar um papel fiscalizando o mercado de consumo, com todas suas garantias e proteção.

O consumidor é aquela parte que deve ser tutelada pelo estado mediante o controle das cláusulas gerais dos contratos, quando desencadeado a partir do conhecimento de cláusulas abusivas, quando levado a efeito por provocação do interessado.

É fundamental a proteção ao consumidor visando protegê-lo de abusos que ocorrem entre ele e os fornecedores, devem ser viabilizados os princípios da ordem econômica que fala o art. 170 da C.F, educação e informação aos fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e obrigações.

Não podemos ver o consumidor somente como a parte mais fraca na relação de consumo, é imprescindível que se analise as relações de consumo de uma forma a transformar essas relações em justas e benéficas para ambas as partes, onde todos devem sair ganhando.

Sendo assim diante de toda a pesquisa que foi feita para a realização deste trabalho; doutrinas, jurisprudências, textos expostos na internet, códigos, legislações cheguei à conclusão de que o CDC deve ser aplicado de forma coerente, onde não existe nem ganhador e nem perdedor, mas sim a aplicação da Lei para solucionar os conflitos nas relações entre fornecedor e consumidor, gerando assim um equilíbrio na relação de consumo.

Podemos observar através da mídia e das ações judiciais, o quanto o consumidor é lesado no Brasil, pois não há ainda uma concretização sistemática que faça valer o direito do consumidor, apesar de termos a lei que o protege, ainda temos muito de uma cultura de levar vantagem, uns sobre os outros e com isto podemos ver que o consumidor é uma parte fraca dessa relação, quando o assunto é seus direitos, mas estamos caminhando passo-a-passo para chegarmos um dia a ver que nossas leis são respeitadas e acima de tudo válidas para todos em pé de igualdade.

A população brasileira ainda é muito carente de informações; é necessário conscientizar as pessoas dos seus direitos e deveres, pois nossos fornecedores agem de forma arbitrária, sabendo que nossa cultura de não informação os ajuda a ludibriar seus clientes, temos que lutar, para que isto possa mudar, reivindicando nossos direitos, quando isto acontecer em larga escala, tenho certeza que haverá mudanças consideráveis quanto o respeito aos nossos consumidores.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livros:

BEVILÁQUA, Clóvis. **Civil dos Estados Unidos do Brasil comentado**. Rio de Janeiro: 1989, v. 2.

\_\_\_\_\_. **Tratado de Direito Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 1952. Código Civil.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

CASADO, Marcio Mello. **Proteção do Consumidor de Crédito Bancário e Financeiro**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.

DENARI, Zelmo. **Código de Defesa do Consumidor**. Comentado pelos autores do anteprojeto. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção ao consumidor. Conceito e extensão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1994.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Prática de curadoria do consumidor** – Série Cadernos Informativos da Associação Paulista do Ministério Público, Edições APMP, 1991.

\_\_\_\_\_. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2004.

GAMA, Hélio Zagheto. **Curso de Direito do Consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2001.

LEITE, Roberto Basilone. **Introdução ao Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora São Paulo, 2002.

LUCCA, Newton de. **Direito do Consumidor: aspectos práticos – perguntas e respostas**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 4ª edição. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2002.

\_\_\_\_\_. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 3ª ed. Revista dos Tribunais. 1999.

\_\_\_\_\_. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1995.

OLIVEIRA – CDC – Doutrina, jurisprudência, legislação complementar. 2ª ed. Direito, 1999.

SILVA, Luiz Eduardo da. **O sistema financeiro perante o Código de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Livraria Jurídica ALFA, 2004.

THEODORO JÚNIOR, Humberto. **Curso de Direito Processual Civil**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

WALD, Arnoldo. **Direito das obrigações. Teoria geral das obrigações e contratos civis e comerciais**. 15ª ed. São Paulo: Malheiros Editores, 2001.

**Artigos de revistas:**

COMPARATO, Fábio Konder. **A proteção do consumidor na Constituição brasileira de 1988**. Revista de Direito Mercantil, São Paulo, n.º. 80, p. 65-75, out./dez. 1990.

**Códigos:**

BRASIL. **Código Civil de 2004**. 10ª ed. São Paulo: Saraiva 2004.

\_\_\_\_\_. **Constituição (1988). Constituição da República do Brasil**: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto: Juarez de Oliveira. 4ª. ed. São Paulo: Saraiva, 1990.

\_\_\_\_\_. **Legislação Brasileira de Proteção e Defesa do Consumidor**. 3ª ed. – Brasília: Câmara dos Deputados, coordenações de Publicações, 2004.

**Código de Defesa do Consumidor** – comentado pelos autores do anteprojeto, 6ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 1999.

CDC. **Código de Defesa do Consumidor (1990)**, promulgado em 11 de setembro de 1990. São Paulo: Saraiva 2006.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Código brasileiro de defesa do consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto**. 8ª ed. São Paulo.

NUNES Júnior, Vidal Serrano. **Código do Consumidor Interpretado**: (doutrina e jurisprudência), 2ª ed, São Paulo: Saraiva, 2005.

OLIVEIRA, James Eduardo. **Código de Defesa do Consumidor: anotado e jurisprudência**, São Paulo: Atlas, 2004.

### **Endereços eletrônicos:**

**Constituição Federal de 1988.** Disponível em:

<[http://www.dji.com.br/constituicao\\_federal/cf029a031.htm](http://www.dji.com.br/constituicao_federal/cf029a031.htm) acessado em: 18-10-2008.

**Consumidor S.A.** Disponível em: <<http://www.idec.org.br/consumidorsa/0113.htm>> Acesso em: 22 de setembro de 2008.

**Portal do consumidor.** Disponível em:

<<http://www.portaldoconsumidor.gov.br/noticia.asp?busca=sim&id=590>> Acesso em: 24 de agosto de 2008.

ALVIM, Arruda, *et all.* **Código do Consumidor Comentado.** Disponível em:

<<http://www.fdc.br/Artigos/..%5CArquivos%5CArtigos%5C10%5CArt42CDC.pdf>> Acesso em: 08 de agosto de 2008.

## DECLARAÇÃO

Eu, **VERA LÚCIA M. BORBA**, RG nº 2367941, CIC nº 422777521-34, formada em Letras Modernas pela Faculdade de Filosofia do Vale de São Patrício – FAFISP de Ceres – GO, declaro para os devidos fins acadêmicos que realizei a revisão ortográfica e gramatical da monografia de **JOSÉ CARLOS DE SOUZA**, acadêmico do curso de DIREITO da Faculdade de Ciências e Educação de Rubiataba – FACER.

Rubiataba, 27 de janeiro de 2009



Vera Lúcia M. Borba