



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON
Rua Álvaro Mendes, nº2294, Centro, Teresina-PI, CEP.: 64.000-060

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº116/2012

REFERENTE À F.A.: 0112-001.520-0

RECLAMANTE – DEUSELINA DA SILVA VIEIRA

**RECLAMADO – VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO
BRASIL**

PARECER

Trata-se de Processo Administrativo instaurado pelo PROCON ESTADUAL, órgão integrante do Ministério Público do Piauí, nos termos da Lei 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor), e art. 33 e seguintes do Decreto Federal 2.181/97, visando apurar possível prática infrativa às relações de consumo por parte do fornecedor **VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO BRASIL** em desfavor de **DEUSELINA DA SILVA VIEIRA**.

I – RELATÓRIO

Em reclamação deflagrada perante este Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor em 27/02/2012, a Reclamante aduziu que firmou contrato de prestação de Serviço de Garantia Estendida no dia 19/02/2010, conforme Certificado nº 0098.01.00000000011239, referente a um refrigerador Electrolux DF-50 428 litros. Aduziu que o produto em questão apresentou vício e foi enviado à Assistência Técnica Autorizada por 04 (quatro) vezes, conforme atestam senhas 415752-95, 289437-95,

435075-95 e 446739-95, porém até a presente data o vício não foi sanado.

Informou a consumidora que contactou a fabricante do produto, ocasião em que alega ter sido informada que poderia solicitar a substituição do produto ou restituição da quantia paga, sendo necessário a Assistência Técnica fornecer um laudo pericial discriminando o real vício do produto. Ocorre que, segundo a reclamante, houve uma recusa por parte da Assistência Técnica em fornecer tal laudo.

Diante do exposto e com amparo no CDC, a reclamante solicitou maiores esclarecimentos sobre o presente fato, além da imediata substituição do produto por outro em perfeitas condições de uso ou a restituição da quantia paga.

Em audiência conciliatória realizada neste órgão em 19/03/2012 foi reiterado pela consumidora os termos da Notificação de Audiência anexa às fls.03, encontra partida, pelo preposto da empresa Virginia Surety foi dito não possuir proposta de acordo de troca do produto e nem de devolver o valor correspondente ao mesmo. Entretanto, ofereceu à título de acordo a execução de reparos sem ônus à autora.

Em razão de não ter sido possível promover a composição amigável entre as partes, às fls. , a Reclamação atinente à VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO BRASIL classificada por este Órgão como FUNDAMENTADA NÃO ATENDIDA e determinada a inclusão no cadastro de que trata o art.44 do CDC e art.57 e seguintes do Decreto 2.181/97, inscrevendo-se o nome do Reclamado no cadastro supracitado.

Determinou-se em audiência a instauração do presente Processo Administrativo para se averiguar a existência de perpetração infrativa ao CDC no que diz respeito à possível descumprimento à oferta por parte da Demandada que se recusou a substituir o bem viciado ou a restituir o valor pago mesmo após restar comprovado a reincidência dos vícios no bem segurado. Notificado o fornecedor no mesmo ato, este não apresentou defesa administrativa, consoante certidão às fls.38.

Sendo o que havia a relatar, passo a manifestação.

II – FUNDAMENTAÇÃO

No trato das relações de consumo, inicialmente impera obter que o Código de Proteção e Defesa do Consumidor estabelece normas de ordem pública e interesse social com vistas à proteção e defesa do consumidor. Assim, como lei

principlológica, pressupõe a vulnerabilidade do consumidor, partindo da premissa de que ele, por ser a parte econômica, jurídica e tecnicamente mais fraca nas relações de consumo, encontra-se notadamente em posição de inferioridade perante o fornecedor, conforme se depreende da leitura de seu art. 4º, inciso I, *in verbis*:

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

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo.

Neste diapasão, sedimenta o Professor RIZZATTO NUNES (*Curso de Direito do Consumidor*. 4. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009, p. 129):

O inciso I do art.4º reconhece: o consumidor é vulnerável. Tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia garantida na Constituição Federal. Significa que o consumidor é a parte mais fraca na relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

A Insigne Professora CLÁUDIA LIMA MARQUES (*Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, Revista dos Tribunais. 3. ed, p. 148/149), por sua vez, ensina que esta vulnerabilidade se perfaz em três tipos: técnica, jurídica e econômica.

Na vulnerabilidade técnica o comprador não possui conhecimentos específicos sobre o objeto que está adquirindo e, portanto, é mais facilmente enganado quanto às características do bem ou quanto à sua utilidade, o mesmo ocorrendo em matéria de serviços.”²
(grifado)

Como relatado anteriormente, em razão da vulnerabilidade técnica e informacional que cerca os consumidores, que faz com que estes, muitas vezes, ao adquirem produtos/serviços não possuam conhecimentos técnicos acerca do que está sendo adquirido, impõem-se aos fornecedores, como corolário ao princípio da boa-fé e da transparência, que no desenvolvimento das relações de consumo o consumidor seja previamente informado de todas as características que reveste o negócio, com

discriminação correta acerca do modo de seu funcionamento/desenrolar, ônus, responsabilidades das partes, eventuais limitações e outros.

Buscando assegurar maior proteção e permitir um cenário mais igualitário nas contratações entre sujeitos ocupantes de posições tão discrepantes, como o são os consumidores e fornecedores, o legislador ordinário fez inserir no art.6º do diploma Consumerista uma importante lista de direitos básicos e fundamentais que deverão ser observados.

No caso em apreço, ganha destaque o direito a informação adequada e clara, a proteção contra publicidade enganosa, bem como a efetiva proteção e reparação de danos patrimoniais e morais:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III – a informação adequada e clara sobre diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, quantidade e preço, bem como sobre os riscos que apresente;

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

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

No caso *sub examine*, impera-se desde logo fixar que o cerne da questão reside em se apurar a responsabilidade da empresa Virginia Surety no que concerne ao descumprimento à oferta visto que embora tenha firmado com o consumidor contrato de garantia estendida assegurando que caso o bem segurado viesse a apresentar vícios, este seria reparado ou substituído ou restituído a quantia paga, não cumpriu com o pactuado pois o bem foi reparado por quatro vezes e mesmo não se logrando êxito com os consertos a Demandada não procedeu à sua substituição/ressarcimento ao reclamante, insistindo, todavia, na realização de novas emendas.

Inicialmente, necessário se faz mencionar que a defesa do consumidor, em função das publicidades e propagandas veiculadas no mercado, possui íntima relação com suas proibições, quando realizadas de forma enganosas ou abusivas. Por sua vez, a lei, além de estabelecer como princípio a força obrigatória da policação, daí advindo a sua irrevogabilidade durante o prazo fixado pelo anunciante ou outro razoável, ainda impõe um dever genérico de informação, acompanhado de outros mais específicos.

Na abalizada lição de PONTES DE MIRANDA (*Tratado de direito privado – Parte especial*. Rio de Janeiro: Borsoi, 1971, p. 71), “se a promessa é vinculativa por si só, ou se é vinculativa e geradora de pretensões e ações, responde o sistema jurídico”.

Assim, não seria diferente o Código de Defesa do Consumidor, que, em seu art. 30, dispõe:

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

O dispositivo legal supratranscrito dá caráter vinculante à informação e à publicidade – andou bem o legislador ao separar as duas modalidades de manifestação do fornecedor, considerando que aquela é mais ampla do que esta. Por informação, quis o CDC, no artigo 30, incluir todo tipo de manifestação do fornecedor que não seja considerado anúncio, mas que, mesmo assim, sirva para induzir o consentimento do consumidor. Aí estão incluídas as informações prestadas por representantes do fornecedor ou por ele próprio.

Oportuno frisar que a informação integra a oferta e esta cria um vínculo entre fornecedor e consumidor. Nesse sentido segue a interpretação do professor Leonardo de Medeiros Garcia sobre o artigo supracitado:

Segundo o artigo, a “informação” e a “publicidade” integram o termo “oferta”. A oferta é um veículo que transmite uma mensagem, incluindo informação e publicidade. O fornecedor é o emissor da mensagem e o consumidor é o seu receptor.

Toda publicidade veicula alguma forma de informação, mas nem toda informação é publicidade. A informação é mais ampla. Exemplificando, a reposta do gerente do banco ou o preço dado pelo feirante “de boca” são informações suficientes para vincular o fornecedor, mas não são consideradas publicidade.

(...)

A oferta, por si só, já é suficiente para criar um vínculo entre fornecedor e consumidor, surgindo uma obrigação pré-contratual, devendo o fornecedor cumpri-la nos exatos termos anunciados, vinculando-o contratualmente (princípio da vinculação contratual da publicidade).

A lei consumerista preceitua em seu artigo 31, características intrínsecas à oferta:

Art. 31 – A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas, e em linguagem portuguesa sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, garantia, prazo de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Segundo a doutrina, oferta é a etapa que antecede os contratos, ou seja, o conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor com ele contrate. Isto decorre logicamente de sua função essencial: *apresentar uma proposta de contratação aos consumidores sugerindo o preço*, destacando qualidades dos produtos e serviços, promoções, e demais recursos atrativos que apenas os convidam para consumir.

Logo, verifica-se que o fornecedor, através da oferta, deve-se portar no sentido de cumprir os deveres de lealdade, proteção, informação, confiança e cooperação, devendo sobremaneira respeitar a oferta.

Insta referir que o anunciante não poderá recusar cumprimento à oferta publicitária, mesmo que, posteriormente à sua divulgação, observe “erro”, atribuível a si próprio ou a terceiro que atue em seu nome, posto que nestas circunstâncias não se está referindo a erro no seu sentido técnico jurídico e sim à hipótese de equívoco haja vista que no caso de anúncios em desarmonia com o querer do anunciante não se trata de equívoco sobre o bem (essência), mas de equívoco em anúncio (comunicação) sobre o bem.

Ademais, assim como o é aplicável aos acidentes de consumo, a responsabilidade civil objetiva também é aplicada ao tema publicidades, estando presente sem dúvida alguma nos art.30 e 35 do CDC, pois o texto em nada alude à culpa do anunciante.

Como explicitado alhures, no Direito do Consumidor busca-se a reparação integral do dano, seja ele patrimonial ou moral, não sendo a publicidade exceção a esta regra.

Nessa feita, o legislador ordinário não se olvidou de casos como o ora apreciado e fez inserir no art.30 do Diploma Consumerista, conforme transcrito acima, que toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o

contrato que vier a ser celebrado. Sendo assim, em casos de descumprimento às normas fixadas neste dispositivo legal poderá o consumidor recorrer às alternativas prevista no art.35 daquele Diploma.

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos.

Conforme se observa da prescrição legal acima transcrita, a escolha por uma das alternativas postas caberá ao consumidor, que deverá estar livre para fazer sua opção. Ademais, o consumidor não restará prejudicado, haja vista que seja qual for sua opção também poderá ter acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados.

No caso atual, a reclamante requereu o cumprimento à oferta mediante a restituição da importância paga pelo produto, conforme previsão contratual, visto que as tentativas de reparo do mesmo, em número de quatro, restaram infrutíferas. Todavia, a Demandada descumpriu violentamente a oferta por ela mesma formulada vez que apenas se dispôs a realizar em mais uma oportunidade reparos no objeto.

Noutro diapasão, importante se faz aclarar as noções de vício trazidas pelo Diploma Consumerista, as quais possuem íntima relação com o caso *sub examine*. Dessa forma, primeiramente observe-se que a definição de vício prevista na lei de defesa do consumidor é bem mais ampla do que a constante no Código Civil, tendo em vista que aquela não se limita aos vícios ocultos e além destes, prevê a ocorrência de vícios aparentes ou de fácil constatação e aqueles decorrentes da disparidade das características dos produtos veiculadas em oferta e publicidade.

Em segundo lugar, fixe-se que a Legislação Consumerista Pátria, por disposição de seus art. 18 e 20, considera vícios as características de qualidade ou quantidade que tornem o produto ou serviços impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam e também que lhes diminuam o valor. Da mesma forma são considerados vícios os decorrentes das disparidades havida em relação às indicações

constantes no recipiente, embalagem, rotulagem, oferta ou mensagem publicitária.

No que concerne ao defeito de produto e serviço, de que tratam os arts. 12 e 14 do citado código, RIZZATO NUNES (*Curso de Direito do Consumidor*. 4º. Ed. Saraiva: São Paulo, 2009) assim o conceitua:

O defeito, por sua vez, pressupõe o vício. Há vício sem defeitos, mas não há defeito sem vício. O vício é uma característica inerente, intrínseca do produto ou serviço em si. O defeito é o vício acrescido de um problema extra, alguma coisa extrínseca ao produto ou serviço, que causa um dano maior que simplesmente o mau funcionamento, o não-funcionamento, a quantidade errada, a perda do valor pago – já que o produto ou serviço não cumpriram o fim ao qual se destinavam. O defeito causa, além desse dano do vício, outro ou outros danos ao patrimônio jurídico material e/ou moral e/ou estético e/ou à imagem do consumidor. Logo, o defeito tem ligação com o vício, mas, em termos de dano causado ao consumidor, é mais devastador.

Analisando estes dois importantes institutos, conclui-se que o vício pertence ao próprio produto ou serviço, e corresponde à sua adequada funcionalidade e ao fim que se destina, jamais atingindo o consumidor ou outros bens seus, ao passo que o defeito vai além do produto ou do serviço, para atingir o consumidor em seu patrimônio jurídico mais amplo (seja moral, material, estético ou da imagem).

No caso em comento, vislumbra-se a ocorrência de vícios no produto adquirido pela Consumidora haja vista que estes apenas tornaram o bem inadequado ao fim a que se destinava.

Continuando, dispõe, assim, o art.18 do CDC acerca do assunto:

Art.18 - “Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com as indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas.

Quanto às garantias à ocorrência de vícios em produto adquiridos, determina o Código Consumerista em seu art.18,§1º que quando um produto apresentar vício de qualidade, o fornecedor possui prazo de 30 dias para saná-lo, exceto nos casos previstos na própria lei. Todavia, caso este vício não seja sanado no prazo prescrito ou outro vício

igual ou distinto surja após o conserto, não se aplicará mais o prazo supracitado, podendo, dessa forma, o consumidor fazer a escolha entre uma das três alternativas previstas, a saber, substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga; ou o abatimento proporcional do preço.

Neste sentido, é o entendimento das Turmas Recursais e Tribunais Superiores:

Ação de restituição de valores c/c indenização por danos morais. Vício no produto. Dever de devolução do valor pago pelo bem. Dano moral incorrente.

1. O defeito apresentado no produto, fato incontroverso, é capaz de autorizar a restituição do valor pago, mas inviável a provocar a reparação por um prejuízo moral.

2. No caso em análise, inexistente a identificação de violação efetiva a direito da personalidade do demandante a ensejar a pretendida indenização.

3. O incômodo vivenciado, com o processo de restituição do valor pago, é típico ao caso, incorrente transtorno maior ao autor – como a hipótese de uma perda de chance no mercado de trabalho ou de comércio – não sendo vislumbrada situação excepcional para incidência de dano moral. (TJ-RS , Rel: Maria Claudia Cachapuz, DJ: 09/05/2012, Segunda Turma Recursal Cível)

Pontofinalizando, e não tendo a Seguradora Virginia Surety cumprido o ônus probatório que lhe impõe o CDC e, também, o Código Civil, a ponto de reverter o juízo ora constituído, e levando-se em conta a veracidade das alegações feitas pela Demandante, ente reconhecidamente vulnerável, resulta indubitosa a necessidade de lhe imputar a responsabilidade pela lesão experimentada pela consumidora diante da recusa em se promover o cumprimento do contrato outrora entabulado.

III – CONCLUSÃO

Em vista ao exposto, resulta em indubitosa a necessidade de imputar penalidade de multa à empresa **VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO BRASIL**, em decorrência da infração perpetrada ao art.6, III, IV e 30,31, e 35, I do Código de Defesa do Consumidor.

É o parecer, que passo à apreciação superior.

Teresina, 17 de março de 2014.

Lívia Janáina Monção Leódido
Técnico Ministerial – Matrícula 146
Assessor Jurídico
PROCON/MP/PI



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO PIAUÍ
PROGRAMA DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR – PROCON
Rua Álvaro Mendes, nº2294, Centro, Teresina-PI, CEP.: 64.000-060

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº116/2012

REFERENTE À F.A.: 0112-001.520-0

RECLAMANTE – DEUSELINA DA SILVA VIEIRA

**RECLAMADO – VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO
BRASIL**

DECISÃO

Analisando-se com percuciência e acuidade os autos em apreço, verifica-se indubitável infração ao artigo 6, III, IV e 30, 31, e 35, I do Código de Defesa do Consumidor, perpetrada pelo fornecedor **VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO BRASIL** razão pela qual acolho o parecer emitido pelo M.D. Técnico Ministerial, impondo-se, pois, a correspondente aplicação de multa, a qual passo a dosar.

Passo, pois, a aplicar a sanção administrativa, sendo observados os critérios estatuídos pelos artigos 24 a 28 do Decreto 2.181/97, que dispõe sobre os critérios de fixação dos valores das penas de multa por infração ao Código de Defesa do Consumidor.

A fixação dos valores das multas nas infrações ao Código de Defesa do Consumidor dentro dos limites legais (art. 57, parágrafo único da Lei nº 8.078, de 11/09/90), será feito de acordo com a gravidade da infração, vantagem auferida e condição econômica do fornecedor.

Diante disso, fixo a multa base no montante de **R\$ 3.000,00 (três mil reais)**.

Não se verificou no caso em comento a presença de circunstância atenuante elencadas no art. 25 do Decreto 2181/97, assim, mantenho o quantum da sanção pecuniária no patamar fixado anteriormente de **R\$ 3.000,00 (três mil reais)** .

Considerando a existência de circunstâncias agravantes contidas no art. 26, IV do Decreto 2181/97, consistente em ter deixado o infrator, tendo conhecimento do ato lesivo, de tomar as providências para evitar ou mitigar suas consequências, aumento, pois, o *quantum* em ½ em relação à agravante apurada, passando a penalidade para o montante de **R\$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais)**.

Para aplicação da pena de multa, observou-se ao disposto no art. 24, I e II do Decreto 2181/97.

Pelo exposto, torno a pena multa fixa e definitiva no valor de R\$ 4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais).

Isso posto, determino:

- A notificação do fornecedor infrator **VIRGINIA SURETY COMPANHIA DE SEGUROS DO BRASIL**, na forma legal, para recolher, à conta nº 1.588-9, agência nº 0029, operação 06, Caixa Econômica Federal, em nome do Ministério Público do Estado do Piauí, o valor da multa arbitrada, correspondente a de **4.500,00 (quatro mil e quinhentos reais)**, a ser aplicada com redutor de 50% para pagamento sem recurso e no prazo deste, ou apresentar recurso, no prazo de 15 (quinze) dias, a contar de sua notificação, na forma do art. 24, da Lei Complementar Estadual nº 036/2004;

- Na ausência de recurso ou após o seu improvimento, caso o valor da multa não tenha sido pago no prazo de 30 (trinta) dias, a inscrição do débito em dívida ativa pelo PROCON Estadual, para posterior cobrança, com juros, correção monetária e os demais acréscimos legais, na forma do *caput* do artigo 55 do Decreto 2181/97;

- Após o trânsito em julgado desta decisão, a inscrição do nome dos infratores no cadastro de Fornecedores do PROCON Estadual, nos termos do *caput* do art. 44 da Lei 8.078/90 e inciso II do art. 58 do Decreto 2.181/97.

Teresina, 17 de março de 2014.

CLEANDRO ALVES DE MOURA

Promotor de Justiça

Coordenador Geral do PROCON/MP/PI