



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB  
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS – CCJ  
CURSO DIREITO**

**THIAGO AUGUSTO GONÇALVES DE BRITO ARAUJO**

**A EFICÁCIA DAS NORMAS PENAIS NA PUNIÇÃO E  
PREVENÇÃO AOS CRIMES DA RELAÇÃO DE CONSUMO  
PREVISTOS NO CDC**

CAMPINA GRANDE – PB  
2012

**THIAGO AUGUSTO GONÇALVES DE BRITO ARAUJO**

**A EFICÁCIA DAS NORMAS PENAIS NA PUNIÇÃO E  
PREVENÇÃO AOS CRIMES DA RELAÇÃO DE CONSUMO  
PREVISTOS NO CDC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Direito da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof. Esp. Plínio Nunes Souza

CAMPINA GRANDE – PB  
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL – UEPB

A663e      Araujo, Thiago Augusto Gonçalves de Brito.  
                  A eficácia das normas penais na punição e prevenção  
                  aos crimes da relação de consumo previstos no CDC  
                  [manuscrito] / Thiago Augusto Gonçalves de Brito Araujo.–  
                  2012.  
                  23 f.

                  Digitado.  
                  Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
                  Direito) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de  
                  Ciências Jurídicas, 2012.  
                  “Orientação: Prof. Esp. Plínio Nunes Souza,  
                  Departamento de Direito Privado”.

                  1. Direito do consumidor. 2. Relações de consumo. I.  
                  Título.

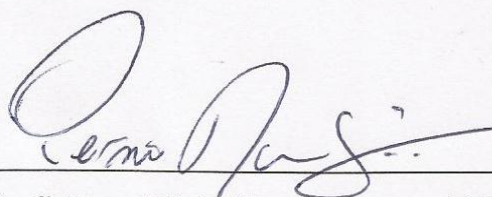
21. ed. CDD 343.071

**THIAGO AUGUSTO GONÇALVES DE BRITO ARAUJO**

**A EFICÁCIA DAS NORMAS PENAIS NA PUNIÇÃO E  
PREVENÇÃO AOS CRIMES DA RELAÇÃO DE CONSUMO  
PREVISTOS NO CDC**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Bacharelado em Direito da  
Universidade Estadual da Paraíba, em  
cumprimento a exigência para obtenção do  
grau de Bacharel em Direito.

Aprovado em 29 / 11 / 2012



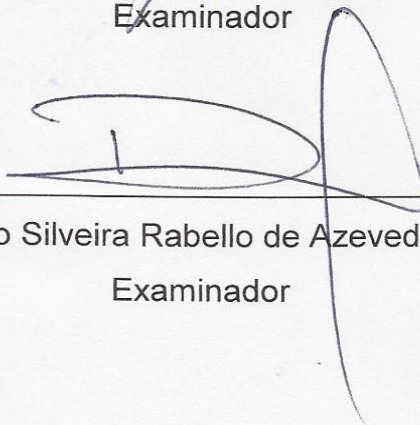
Profº Esp. Plínio Nunes Souza / UEPB

Orientador



Profº Jardon de Souza Maia / UEPB

Examinador



Profº Rodrigo Silveira Rabello de Azevedo / CESREI

Examinador

# **A EFICÁCIA DAS NORMAS PENAIS NA PUNIÇÃO E PREVENÇÃO AOS CRIMES DA RELAÇÃO DE CONSUMO PREVISTOS NO CDC**

ARAUJO, Thiago Augusto Gonçalves de Brito<sup>1</sup>

## **RESUMO**

O presente trabalho tem por objeto os crimes previstos no Código de Defesa do Consumidor que ferem as relações de consumo. Com amparo legal e doutrinário mostraremos a eficácia das normas penais contidas nesta lei, no sentido de prever e punir as condutas abusivas constantes nas relações de consumo, comparando, sempre que possível a outras searas jurídicas. Demonstraremos ainda os aspectos mais importantes do título II desta lei, observando, com o devido cuidado, a relação fornecedor x consumidor, bem como, a hipossuficiência deste, sendo o objeto de proteção contra os abusos de poder econômico daquele.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consumo. Consumidor. Fornecedor. Relações de consumo.

---

<sup>1</sup> Aluno do curso de direito na Universidade Estadual da Paraíba. *thiago.thiagogba@gmail.com*

## 1 INTRODUÇÃO

Desde os períodos mais remotos da humanidade temos a figura do direito do consumidor estabelecendo normas nas relações de compra e venda e prestações de serviços, por exemplo, o Código de Hamurabi, um dos mais antigos conjuntos de leis, com elaboração estimada em 1700 a.C., já trazia dispositivos acerca do respeito às regras das relações de consumo, como a situação do artigo 233:

Se um construtor construir uma casa para outrem, e mesmo a casa não estando completa, as paredes estiverem em falso, o construtor deverá às suas próprias custas fazer as paredes da casa sólidas e resistentes.<sup>2</sup>

Na Roma antiga, a sociedade também já tinha a preocupação nas relações de compra e venda de produtos que continham vícios, por isso o Direito Romano delegou que ao fornecedor é depositada toda a responsabilidade que provier de vícios na coisa vendida, e que este deveria ressarcir em dobro o consumidor pelo produto negociado.

Já no período Iluminista, em meados do século XVIII, o Direito do Consumidor deu uma forte guinada com a Revolução Industrial, pois até então a população vivia basicamente da atividade artesanal. Com o advento das máquinas de produção os trabalhadores passaram do artesanato à produção em massa, fazendo surgir de forma exagerada o capitalismo e com ele o advento da nova economia, baseada em um novo modelo de consumo, fazendo com que as pessoas consumissem cada vez mais. O objetivo neste período era vender pois o comércio estava fortalecido.

Então o consumidor passou a buscar o que chamamos hoje de custo x benefício, frente aos fornecedores que em vista disso já tinham o domínio e impunham regras ao comércio, desde então passaram a surgir as regras modernas da defesa do consumidor, atravessando períodos de revoluções e guerras, até surgir a primeira legislação direcionada à defesa do consumidor, em 1910 na Suécia.

---

<sup>2</sup> <http://www.angelfire.com/me/babiloniabrasil/hamur.html> - acesso em 30 de novembro de 2012

O Direito do Consumidor no Brasil, foi influenciado pelo Código de Defesa do Consumidor dos Estados Unidos, antes da criação no nosso diploma legal de defesa do consumidor, não haviam leis específicas para este, apenas legislação esparsa encontrada no Direito Civil. Até que em Setembro de 1990 foi sancionada no Brasil a Lei 8.078, denominada Código de Defesa do Consumidor.

As normas Lei 8.078/90, apontam para a proteção e defesa do consumidor nas mais variadas relações de consumo, afim de termos um equilíbrio entre as partes no fornecimento e aquisição de produto ou serviços.

O código em estudo estabelece uma relação harmônica entre algumas searas jurídicas, a ponto de podermos parametrizar situações em que este diploma legal se assemelhe em alguns aspectos com outros diplomas legais presentes no conjunto de leis brasileiras. Partindo deste pressuposto observamos uma relação íntima entre suas normas penais incriminadoras e o Código Penal Brasileiro, Lei 2.848/40, que será fonte de parâmetro para o estudo em tela.

## **2 O CONSUMIDOR E SUA DEFESA**

Um fator importante na defesa do consumidor é o dever do Estado. Constitucionalmente, o consumidor é protegido, como bem expressa o artigo 5º, inciso XXXII da Constituição da República, no qual sabemos que “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”.

Neste sentido, esta Lei recepciona todas as regras que versarem sobre a defesa do consumidor, determinando medidas e regramentos para que o consumidor seja esclarecido, acerca dos limites, prestações e permissões inerentes às relações de consumo. Em vista disso,

Art. 6º São direitos básicos do consumidor: I - a proteção da vida, saúde e segurança contra os riscos provocados por práticas no fornecimento de produtos e serviços considerados perigosos ou nocivos; II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; IV - a proteção contra a publicidade

enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços; V - a modificação das cláusulas contratuais que estabeleçam prestações desproporcionais ou sua revisão em razão de fatos supervenientes que as tornem excessivamente onerosas; VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos ou difusos, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; VIII - a facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências; IX - (Vetado); X - a adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral.

O presente artigo contém todos os direitos básicos do consumidor e servirá de norte aos demais artigos analisados neste estudo, ao passo que este enuncia os direitos auferidos pelos consumidores enquanto que os artigos a serem estudados à frente tratarão das punições a quem descumpra tais direitos.

De fato as infrações penais descritas no Título II do Código de Defesa do Consumidor, nos aludem à forma mais eficaz de repreensão a qual presenciamos diariamente, qual seja a punição imediata a quem descumpra as regras. Estas regras são elencadas para que as relações de consumo não se tornem nocivas ou mesmo perigosas mediante abusos nas condutas tipificadas nos artigos 63 a 74, do presente código, e, serão analisados neste estudo.

A finalidade do legislador ao redigir as condutas tipificadas como infrações penais, no Código de Defesa do Consumidor tem arrimo nos direitos os quais o consumidor deverá gozar, na aquisição de um bem ou serviço, tais como, proteção à vida, saúde e segurança, em face de um fornecedor que por sua vez, deverá agir com transparência e correção no fornecimento. Ademais, a forma diversa deverá ser punida de maneira eficiente e venha a reparar e/ou prevenir condutas nocivas às relações de consumo. Conforme o artigo 6º, VI, Lei 8.078/90, “são direitos básicos do consumidor: a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”.



O consumidor tem direito à informação, não apenas do produto ou serviço que adquire, mas também, quanto aos seus direitos e deveres.

A qualidade na aquisição de bens ou serviços é outro ponto a ser enunciado, ao passo que o desenvolvimento na produção em busca de qualidade reflete diretamente na segurança e integridade do serviço ou bem fornecido, ou seja, o fornecedor deverá garantir o bom funcionamento afim de transmitir segurança, durabilidade e confiabilidade.

Analisando estes aspectos podemos visualizar fatores que poderão contribuir nas relações de consumo. Sendo o consumidor, hipossuficiente, tem a necessidade de ser protegido, visando a grande massa de consumidores que atuam nestas relações diariamente, na aquisição de bens ou serviços e não estão em condições por si só de conseguir negociar estas aquisições com qualidade e preços à realidade do mercado. Sendo assim, amparados pelas leis, normas e técnicas, de forma a terem suas necessidades atendidas com a devida eficácia.

### **3 RELAÇÕES DE CONSUMO E SEUS AGENTES: DEFINIÇÕES**

O estudo em questão refere-se basicamente á eficácia das normas penais previstas no Código de Defesa do Consumidor. Logo, percebemos que a análise em questão trata-se de alcançar um objetivo social amparado pela Lei. E, devemos aferir tal eficácia de modo que, estas normas inseridas em um dispositivo legal de caráter de comando ou proibição têm intuito de punir e prevenir condutas abusivas, tipificadas como crimes, dos fornecedores nas relações de consumo.

Mais o que é o crime na relação de consumo?

Nas palavras de Fonseca (1999, p. 194), “os crimes contra as relações de consumo, então, são crimes que ferem a ordem de proteção e defesa do consumidor”.

O consumidor, que é um destinatário final de um produto ou serviço fornecido, não teve uma atenção direta dos legisladores penais que elaboraram o Código

Penal de 1940, até porque, o conceito de consumidor à época não era bem definido juridicamente.

Portanto, o Código de Defesa do Consumidor, no intuito de exaurir a imprecisão quanto ao conceito de consumidor, ensina em seu artigo 2º, caput, que “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Ademais, não se ateu ao conceito de consumidor e definiu claramente o sujeito fornecedor, quando descreveu que:

fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Artigo 3º, caput, CDC).

Partindo destes conceitos, observamos, a interrelação, entre consumidor e fornecedor e percebemos que se faz presente a harmonia entres partes para que as relações de consumo obtenham êxito.

Como segurança, à relação de consumo entre fornecedor e consumidor, o Código de Defesa do Consumidor, arrolou em seu Título II, uma sequência de artigos, que definem bem os crimes previstos em condutas abusivas pelos fornecedores, devido, principalmente à hipossuficiência do consumidor em geral. Tais crimes estão dispostos nos artigos 63 e seguintes.

#### **4 CRIMES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: ARTIGO 63 A 74, LEI 8078/90**

Portanto, “constituem crimes contra as relações de consumo previstas neste Código, sem prejuízo do disposto no Código Penal e leis especiais, as condutas tipificadas nos artigos seguintes” (Artigo 61, Lei 8.078/90).

#### 4.1 ARTIGO 63 – OMISSÃO NA PUBLICIDADE

Iniciamos a análise dos tipos penais do Código de Defesa do Consumidor com o artigo 63, que trata da omissão de características dos produtos nas embalagens e publicidade, portanto, temos que:

Art. 63. Omitir dizeres ou sinais ostensivos sobre a nocividade ou periculosidade de produtos, nas embalagens, nos invólucros, recipientes ou publicidade: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa. § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de alertar, mediante recomendações escritas ostensivas, sobre a periculosidade do serviço a ser prestado.  
§ 2º Se o crime é culposo: Pena Detenção de um a seis meses ou multa (BRASIL, 1990).

O Código de Defesa do Consumidor, possui entre outras características o caráter de comando, ao passo que em seu artigo 9º, vem a exigência de que os fornecedores de modo geral, têm a obrigação de informar em rótulos e mensagens publicitárias de forma clara e objetiva, quaisquer aspecto nocivo ou de perigo constante em seus produtos e/ou serviços que podem vir a pôr em risco a saúde e a integridade física do consumidor. Portanto o artigo 63 deste mesmo dispositivo legal trata da punição, a quem descumprir o comando dado anteriormente no artigo 9º deste código.

O artigo ora analisado ratifica que *omitir*, trata-se de um comportamento delituoso, ou seja, o fornecedor teria a obrigação de alertar o consumidor sobre o grau de periculosidade do produto ou serviço. Em vista disso, um crime de *mera conduta*, consumado pela constatação da omissão na conduta descrita no artigo, logo *omissivo próprio* quanto à ação. Segundo a doutrina majoritária, constante em legislação, trata-se de um crime *comum, próprio* quanto ao sujeito ativo (fornecedor), admite a forma *culposa e dolosa*, no entanto expurga a tentativa da ultima, caracterizando a natureza *formal* do delito. Parametrizando com o Direito Penal Brasileiro, temos que, é crime *unissubsistente, unisubjetivo* e de *ação pública incondicionada*, ou seja, o delito é realizado por um ato único, por um único sujeito e não depende de denúncia pela vítima.

O exemplo típico desta conduta é o caso da “pílula de farinha” embalada como o anticoncepcional “Microvilar”<sup>3</sup> do laboratório Schering do Brasil, no qual os diretores da empresa foram condenados pela 2ª vara criminal de São Paulo (Proc nº 487/98)<sup>4</sup> à prestação de serviços comunitários por dois anos e quatro meses além de pagar 840 dias-multa, por terem se omitido de mencionar a periculosidade do produto, já que ao tempo estava em fase de testes uma nova máquina que embalava o produto, testada com placebos de farinha que seriam descartadas, no entanto foram distribuídas no mercado e muitas mulheres acabaram por engravidar.

#### 4.2 ARTIGO 64 – OMISSÃO POSTERIOR A LANÇAMENTO DE PRODUTO

Quanto à omissão na comunicação às autoridades competentes a nocividade ou periculosidade de produto e/ou serviço, temos o disposto no artigo 64 desta Lei.

Art. 64. Deixar de comunicar à autoridade competente e aos consumidores a nocividade ou periculosidade de produtos cujo conhecimento seja posterior à sua colocação no mercado: Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa. Parágrafo único. Incorrerá nas mesmas penas quem deixar de retirar do mercado, imediatamente quando determinado pela autoridade competente, os produtos nocivos ou perigosos, na forma deste artigo (BRASIL,1990).

O Legislador por meio deste artigo intentou garantir o direito de informação relativo a produtos que venham a apresentar algum problema após a sua introdução no mercado, com o objetivo, disposto no Artigo 6º, inciso I, da Lei 8.078/90, que é preservar a vida, saúde e segurança dos consumidores.

Este artigo, a exemplo do anterior, também é tipificado pela doutrina como tipo *omissivo próprio e formal*, pois independe de resultado para ser caracterizado. É um crime *comum, de perigo e de mera conduta*. Conduta esta que só será punida, se dolosa. Ainda temos que, é *unissubsistente e unissubjetivo*.

---

<sup>3</sup> <http://www.ensp.fiocruz.br/portal-ensp/informe/site/materia/detalhe/7441> - acesso em 30 de novembro de 2012

<sup>4</sup> Dados obtidos na denúncia oferecida pelo Ministério Público de São Paulo nos Autos de Inquérito Policial 487/98, que distribuída e autuada sob n.º 583.50.1998.056.524-1 recebida pelo juízo criminal do Estado de São Paulo

A exemplo desta conduta temos, uma máquina ou equipamento, lançada ao mercado sem qualquer risco, no entanto posteriormente apresenta um defeito que possa vir a colocar em risco a vida, saúde e segurança dos consumidores. Neste sentido temos, em conjunto ao artigo ora analisado temos o artigo 10 caput e § 1º do Código de Defesa do Consumidor. Um caso bem conhecido do consumidor brasileiro é o “VW Fox decepa dedo”<sup>5</sup>, no qual um dispositivo para rebater o banco traseiro do automóvel teria uma falha de projeto, que prendia e puxava o dedo do usuário chegando a decepá-lo. Após tomar conhecimento dos fatos a Volkswagen de Brasil anunciou um *recall* para resolver o problema, pois estaria diante de uma multa de até R\$ 3 milhões, caso fosse comprovado o defeito e com até dez dias do conhecimento não anunciasse o *recall*.

#### 4.3 ARTIGO 65 – SERVIÇOS PERICULOSOS

Na sequencia temos o artigo 65, que trata da execução de serviços perigosos, e seu texto legal dispõe que:

Art. 65. Executar serviço de alto grau de periculosidade, contrariando determinação de autoridade competente: Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa. Parágrafo único. As penas deste artigo são aplicáveis sem prejuízo das correspondentes à lesão corporal e à morte (BRASIL, 1990).

Neste artigo, o que se pune, não é o simples fato de o fornecedor proporcionar serviços que apresentem um grau de periculosidade. Mas sim a execução de serviços manifestamente perigosos contrariando as determinações de autoridades competentes. Para bem entender o artigo em análise, nos valem do ensinamento do Professor Doutor Fernando Vasconcelos (2008, p. 82):

É entendido como norma penal em branco, posto que exige a complementação da lei ou por regulamento, para que determine as especificações a serem atendidas na execução dos serviços considerados perigosos. A consumação desse crime ocorre com a criação do perigo abstrato. Como o alto grau de periculosidade é

---

<sup>5</sup> [http://quatorrodas.abril.com.br/autoservico/autodefesa/conteudo\\_182940.shtml](http://quatorrodas.abril.com.br/autoservico/autodefesa/conteudo_182940.shtml) - acesso em 30 de novembro de 2012.

elemento normativo do tipo, caberá ao juiz a verificação do juízo valorativo do crime. É importante destacar que, se ocorre a interrupção do serviço, é possível a tentativa no referido crime. O parágrafo único do citado artigo prevê, ainda, a hipótese de cumulação de penas, ou seja, que as penas haverão de somar no caso de resultado morte ou lesão corporal às cominadas à simples omissão.

#### 4.4 ARTIGO 66 – FALSA AFIRMAÇÃO

Dando seguimento a nosso estudo temos os abusos na publicidade, cujos artigos tratados estão entre os 66 e 69, do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 66. Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualidade, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços: Pena - Detenção de três meses a um ano e multa. § 1º Incorrerá nas mesmas penas quem patrocinar a oferta. § 2º Se o crime é culposos; Pena Detenção de um a seis meses ou multa (BRASIL, 1990).

Este artigo trata do disposto no mandamental do artigo 30 e seguintes deste mesmo código, que seria proteger o direito do consumidor à informação clara e não contraditória. Seu comando penal descrito no artigo 66 pune quem violar este direito. Percebe-se que neste artigo, bem como, nos 67 e 68 desta lei, é nítida a conduta criminosa à relação de consumo, por isso, embora prevista em lei a modalidade *culposa*, há controvérsia. Pois nestes temos a *vontade livre e consciente* do sujeito em fazer a afirmação falsa ou enganosa, omitir informação relevante ou mesmo patrocinar a oferta, tendo o conhecimento da fraude.

Portanto, o elemento subjetivo é o *dolo*. Pode ser considerado como delito *instantâneo* e de *perigo*, ao passo que é potencialmente danoso à saúde, vida, segurança e a economia, pois não se pode mensurar a quantidade de indivíduos atingidos pela publicidade enganosa, por exemplo, os difundidos “métodos milagrosos para emagrecimento”, que podem levar até a morte do sujeito que crer absolutamente na rotina que lhe é passada para atingir a perda de peso. O crime se consuma pela simples veiculação, o sujeito ativo é qualquer pessoa na qualidade de anunciante, e se enquadra igualmente à conduta aquele que patrocinar a oferta anunciada.

Neste sentido temos uma decisão do TAMG:

Crime de oferta enganosa por omissão. Venda de refrigerador usado como sendo novo. Violação do art. 66, do CDC. Condenação mantida. (TAMG, 2ª C. Crim., Ap nº 173.172-6, j. em 16.8.94, rel. juiz Herculano Rodrigues, v.u., RDC 14/164-166).

#### **4.5 ARTIGO 67 – PUBLICIDADE ENGANOSA**

Sequenciando nosso trabalho temos o Artigo 67, deste Código de Defesa do Consumidor, que trata daquele que faz ou promove publicidade enganosa, quando no ensina que “fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva: Pena Detenção de três meses a um ano e multa”.

Aqui nos deparamos novamente com uma norma penal em branco, a exemplo dos artigos anteriores, portanto, temos de buscar suporte no artigo 37 deste diploma legal, que trata das diretrizes e o que vem a ser a publicidade enganosa ou abusiva. No artigo ora estudado o sujeito ativo é quem faz ou promove a publicidade enganosa ou abusiva. Doutrinariamente, estamos diante de um crime de *dano*, ao passo que exige a lesão do bem juridicamente tutelado, ou seja, o publicitário veicula o anúncio fraudulento. A objetividade jurídica crime é tutelar, mais uma vez, as relações de consumo, bem como, proteger a integridade moral dos consumidores atingidos pela veiculação do anúncio. Ainda prevê como elementos subjetivos o *dolo* e a *culpa*.

Como exemplo prático, podemos descrever o caso em que o agente que adquire um veículo sinistrado em leilão, faz os reparos e busca a folha de classificados para anunciá-lo como automóvel de único dono para tentar vendê-lo, ao passo que o jornal promove a publicidade.

#### **4.6 ARTIGO 68 – PUBLICIDADE PREJUDICIAL À SAÚDE E SEGURANÇA**

No tocante à publicidade que induz o sujeito a prejudicar sua saúde e segurança temos:

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança; Pena Detenção de seis meses a dois anos e multa (BRASIL, 1990).

Este artigo se assemelha ao anterior, no entanto aqui a lesão seria prejudicial à vida, saúde e segurança do indivíduo, ou seja, este tipo penal vêm a induzir o uso perigoso de algum produto ofertado. Portanto, o delito se consuma quando induz o consumidor à comportamento nocivo à sua saúde e segurança e este realmente se comportar desta maneira. Por exemplo, a publicidade tabagista, com *slogans* de apologia ao uso, tais como, “*Certo ou errado, só vou saber depois que fiz...não vou passar pela vida se um arranhão. Eu vou deixar a minha marca*”<sup>6</sup>, esta publicidade em particular foi alvo de um processo movido pelo Ministério Público, no Distrito Federal, em favor dos consumidores que assistiram o comercial veiculado, cuja multa foi aplicada à indústria tabagista, a agencia de publicidade e a empresa de comunicação no valor de R\$ 4 milhões, por dano moral coletivo. Tal publicidade, atualmente, é regulamentada no Brasil.

A objetividade jurídica é a proteção às relações de consumo, além de, visar proteger a saúde e segurança dos consumidores. Se tratando do sujeitos, temos como sujeito ativo, quem faz a publicidade e quem veicula, como percebemos no exemplo citado anteriormente. O sujeito passivo é o consumidor, em número indeterminado, aquele que se faz induzir pela publicidade enganosa. Os elementos subjetivos são o *dolo* e a *culpa*.

#### **4.7 ARTIGO 69 –DADOS QUE DÃO BASE À PUBLICIDADE**

O artigo ora estudado trata do fornecedor que não organiza dados essenciais à publicidade do produto, cuja conduta é:

Art. 69. Deixar de organizar dados fáticos, técnicos e científicos que dão base à publicidade: Pena Detenção de um a seis meses ou multa (BRASIL, 1990).

---

<sup>6</sup> <http://www.propagandasantigas.com/2009/05/cigarros-free-e-propaganda-subliminar.html> - acesso em 30 de novembro de 2012.



O Código de Defesa do Consumidor dispõe em seu artigo 36, parágrafo único, que o fornecedor deverá na publicidade do produto fornecer os dados fáticos acerca deste, logo o artigo 69, vem para garantir que aquele não deixe de agir corretamente na conduta descrita.

Neste artigo, tratamos da má publicidade e seus prejuízos causados em função da falta de base à produção da propaganda, sendo um delito *omissivo*, como percebemos no núcleo do artigo, o sujeito ativo deixa de “organizar dados”, sendo assim é um delito de natureza formal, não admitindo a tentativa. O sujeito tem a obrigação de disponibilizar tais informações para que seja feita a correta publicidade.

Este crime tem como elemento subjetivo o *dolo*, ao passo que o sujeito ativo tem a vontade consciente de omitir dados fáticos obrigatórios. E sua objetividade jurídica é a própria relação de consumo.

#### **4.8 ARTIGO 70 – MÁ-FÉ DO PRESTADOR DE SERVIÇOS**

Na sequencia, temos o artigo 70, que trata, basicamente, da má-fé empregada pelo fornecedor prestador de serviços.

Art. 70. Empregar na reparação de produtos, peça ou componentes de reposição usados, sem autorização do consumidor: Pena Detenção de três meses a um ano e multa (BRASIL, 1990).

Novamente nos deparamos com um artigo cujo mandamento nos remete a outro artigo, qual seja o artigo 21 desde Código de Defesa do Consumidor. Todavia, o artigo 70, trata da punição a conduta que descumpre o artigo antes mencionado. Ademais, tem o condão de complementar o disposto no artigo 175 do Código Penal Brasileiro que trata da fraude de comércio.

Na ação descrita no artigo 70, o *sujeito ativo* é o prestador dos serviços, sendo *passivo* qualquer consumidor que tenha seu patrimônio lesado por tal conduta, que viria a ser junto à proteção da relação jurídica a *objetividade jurídica* do dispositivo. É um crime de perigo, ao passo que expõe o consumidor ao risco à sua segurança. Quanto a doutrina, ainda podemos classificar o crime como *comum*,

*próprio, de mera conduta*, cujo elemento subjetivo vem a ser o *dolo* e ainda se admite a tentativa. O exemplo para esta conduta ocorre bastante em oficinas mecânicas, nas quais alguns prestadores de serviços trocam peças que dizem ser novas, por peças *recondicionadas*, que ao início servirão, no entanto em um tempo menor que o esperado irão falhar novamente.

#### **4.9 ARTIGO 71 – EXPOSIÇÃO DO INADIMPLENTE AO RIDÍCULO**

O artigo trata de punir o indivíduo que exagera na cobrança de dívidas ao consumidor inadimplente, se comportando da seguinte forma:

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 três meses a um ano e multa (BRASIL, 1990).

No Artigo 42, desta lei, no capítulo que trata as práticas comerciais, temos que, *“o inadimplente não será exposto ao ridículo, nem submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça”*, na cobrança de débitos. Portanto o artigo 71 em estudo visa assegurar o cumprimento desta regra acima descrita. Até um tempo atrás haviam agentes cobradores que expunham o consumidor devedor a situações humilhantes para cobrar dívidas, então para coibir essas ações a conduta foi criminalizada. Restando ao fornecedor a opção de encaminhar o nome do consumidor inadimplente aos serviços de proteção ao crédito e aos cartórios de protesto, para que seja efetivada a cobrança de forma legal.

Segundo a doutrina majoritária, a classificação deste crime é *comum, próprio, de perigo, material, doloso, instantâneo* e de *ação múltipla*. O sujeito ativo vem a ser o agente cobrador que se utiliza de métodos abusivos, sendo o crime *unissubjetivo* e o sujeito passivo é o consumidor devedor, que é exposto a estes métodos.

Neste sentido temos, julgado pelo TACRIM-SP:

Crime contra o consumidor. Locatário devedor de alugueres. Locador que expõe o inquilino ao ridículo, na tentativa de receber o seu crédito. Crime caracterizado. Ementa: “É certo que o apelante agiu de forma

injustificada, pois havia outros meios de cobrar a dívida, inclusive a via judicial” (TACRIM-SP, 15ª C., Ap. n.º 813.383-9, j. em 19.5.94, rel. juiz Leonel Ferreira, v.u., RT 720/450-451).

#### **4.10 ARTIGO 72 – IMPEDIR ACESSO A INFORMAÇÕES CADASTRAIS**

Ao impedir que o indivíduo tenha acesso à informações cadastrais em bancos de dados, o agente que pratica tal ato está cometendo o crime disposto no artigo 72 do Código de Defesa do Consumidor, que dispõe:

Art. 72. Impedir ou dificultar o acesso do consumidor às informações que sobre ele constem em cadastros, banco de dados, fichas e registros: Pena Detenção de seis meses a um ano ou multa (BRASIL, 1990).

O Artigo ora estudado visa proteger o direito que o consumidor tem de acesso aos seus dados cadastrais e de consumo arquivados, como dispõe o Artigo 43, desde mesmo código. O artigo ratifica a punição ao qual está sujeito o fornecedor (sujeito ativo) que impeça ou dificulte o pleno acesso do consumidor (sujeito passivo) a estes dados. Trata-se de um delito formal, doloso, de perigo, unissubjetivo e instantâneo. O disposto protege a relação de consumo, bem como, o direito à informação pelo consumidor. Um exemplo corriqueiro, é o nome do cliente constar negativado no registros do serviço de proteção ao crédito (SPC) e este não ser informado da situação, podendo vir a ser constrangido quando não for validado em algum serviço de crediário.

#### **4.11 ARTIGO 73 – NÃO CORREÇÃO DE DADOS INEXATOS DO CONSUMIDOR**

Este dispositivo trata do indivíduo que deixa de corrigir dado inexato no cadastro do consumidor.

Art. 73. Deixar de corrigir imediatamente informação sobre consumidor constante de cadastro, banco de dados, fichas ou registros que sabe ou deveria saber ser inexata: Pena Detenção de um a seis meses ou multa (BRASIL, 1990).

O Presente artigo vem a ser um complemento ao artigo anterior, pois neste pune-se o fornecedor ou responsável (sujeito ativo) pela inserção, que não corrigir de imediato algum dados incorretos, por exemplo, dívida em aberto do consumidor que já tenha sido quitada. Neste sentido temos § 3º do Artigo 43, deste código do consumidor, que nos ensina que:

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros, poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas (BRASIL, 1990).

A objetividade jurídica do artigo 73 é proteger as relações de consumo, protegida nos artigos anteriores, como também protege a dignidade do consumidor perante os serviços de crédito. Sua classificação doutrinaria é de crime *comum, próprio, de perigo, formal, doloso e instantâneo*.

#### **4.12 ARTIGO 74 – OMISSÃO NO TERMO DE GARANTIA**

Encerrando no título, as condutas criminosas constantes nas relações de consumo, temos o artigo 74, que trata da omissão na entrega de termo de garantia ao consumidor.

Art. 74. Deixar de entregar ao consumidor o termo de garantia adequadamente preenchido e com especificação clara de seu conteúdo; Pena Detenção de um a seis meses ou multa (BRASIL, 1990).

Neste tipo penal, foi visado proteger o direito que vem disposto no artigo 50 desta mesma lei, quando dispõe que “a garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito”.

O sujeito ativo seria o fornecedor ou responsável pela entrega correta do termo de garantia, ao passo que o sujeito passivo vem a ser o consumidor. Pode ser classificado como crime *comum, próprio, de perigo, formal, doloso, instantâneo e omissivo próprio*. Como exemplo, podemos descrever uma venda, na qual, o termo de garantia foi entregue em branco.

## 5 CONCLUSÃO

Com base no estudo que fizemos, pudemos observar a importância da proteção do consumidor frente ao fornecedor nas relações de consumo, devido à disparidade de poder entre ambos, sendo o fornecedor, devido a sua posição de superioridade na relação, muitas vezes causador de abusos nas condutas na prestação de serviços ou fornecimento de produtos.

O título II, do Código de Defesa do Consumidor, traz artigos que visam punir condutas diversas das descritas em vários artigos ao longo deste código, no intuito de situar o consumidor no mesmo nível do fornecedor, para que este, não se valha situação de superioridade econômica para tirar vantagens sobre aquele, ou seja, buscando o equilíbrio entre as partes.

Pudemos ainda, nas pesquisas e acompanhamento de processos, perceber que os fornecedores, de modo geral, agem com dolo ou culpa tipificados, porém desconhecem as consequências destes abusos causados ou mesmo o grau de perigo a vida, saúde e segurança dos consumidores, ao passo que, não se têm a preocupação de trabalhar em conduta diversa, correta à relação de consumo.

Portanto, é notável que no Brasil ainda é crescente o número de reclamações envolvendo as práticas abusivas descritas na lei estudada, tanto por conta de insistência dos fornecedores, como pelo conhecimento e informação cada vez mais difundida nos meios de comunicação, deixando o consumidor ciente de seus direitos e estimulando buscar soluções, pois apenas educação social e cívica possibilitará o real equilíbrio buscado no código objeto deste estudo. Neste sentido concluímos com a máxima “tratar o igualmente os iguais e desigualmente os desiguais na medida em que eles desiguam”<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> [http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/A\\_isonomia](http://academico.direito-rio.fgv.br/wiki/A_isonomia). – Acesso em 30 de novembro de 2012

## ABSTRACT

The present study has as purpose the crimes set out in the Consumer Protection Code that hurt consumer relations. With legal support and doctrinal show the effectiveness of the criminal provisions contained in this Act, in order to predict and punish abusive ducts contained in consumer relations, comparing, whenever possible other legal crops. Demonstrate even the most important aspects of Title II of this law, noting, with due care, the relationship supplier x consumer as well as the weakness of this, being the object of protection against abuse of economic power from that.

**KEYWORDS:** Consumption. Consumer. Supplier. Consumer relations.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, de 5 de outubro de 1988. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/Constituicao\\_Compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao_Compilado.htm)>. Acesso em: 12 Set. 2012.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 12 Set. 1990. Disponível em: <<https://www.planalto.org.br>>. Acesso em: 12 Set. 2012.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

FONSECA, Antonio Cezar Lima da. **Direito penal do consumidor: código de defesa do consumidor e lei nº 8.137/90**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1999.

JOBIM, Nelson A. **Código de Defesa do Consumidor Comentado**. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/diaadia/diadia/arquivos/File/coddefconsumidorcomentado.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2012.

PASSARELLI, Eliana. **Dos crimes contra as relações de consumo: lei federal 8.078/90**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SÁ, Priscilla Plachá. **Responsabilidade do Produto**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.pucpr.br/tede/tde\\_arquivos/1/TDE-205-11-08t115958Z-228/Publico/DtoPriscillaPlacha.pdf](http://www.biblioteca.pucpr.br/tede/tde_arquivos/1/TDE-205-11-08t115958Z-228/Publico/DtoPriscillaPlacha.pdf)>. Acesso em 30 nov. 2012.

VASCONCELOS, Fernando Antonio de. **Direito do consumidor e responsabilidade civil: perguntas e respostas**. Rio de Janeiro: Forense, 2008.

ZANDONADI, Fernanda. **Os 50 maiores abusos contra do consumidor**, set 2009. Disponível em: <[http://gazetaonline.globo.com/\\_conteudo/2009/08/523411-os+50+maiores+abusos+contra+o+consumidor.html](http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2009/08/523411-os+50+maiores+abusos+contra+o+consumidor.html)>. Acesso em: 15 set. 2012.