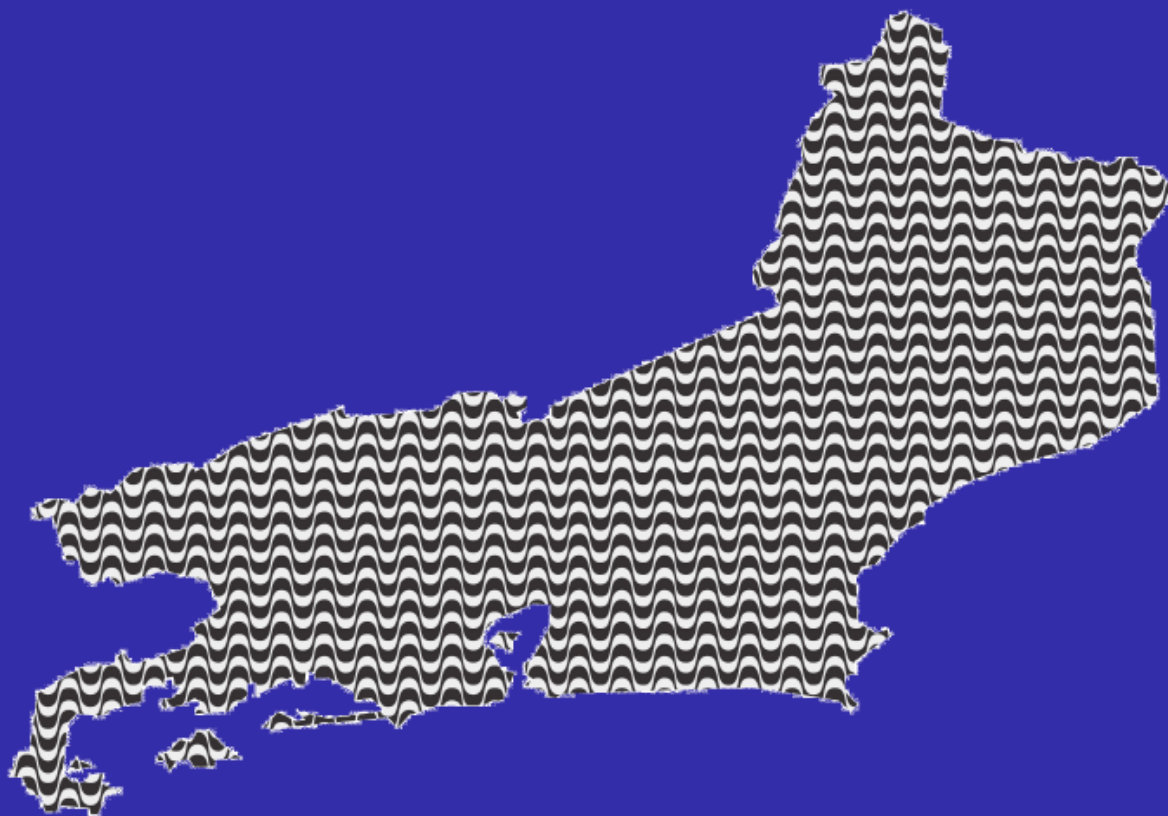


PROCONRJ

Autarquia de Proteção e Defesa do Consumidor
do Estado do Rio de Janeiro

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Ley nº 8.078, del 11 de septiembre de 1990



SECRETARIA DE
ESTADO DE PROTEÇÃO
E DEFESA DO CONSUMIDOR

PROCONRJ
Autarquia de Proteção e Defesa do Consumidor
do Estado do Rio de Janeiro

2014

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

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

CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

Rio de Janeiro
2014

SUMARIO

Ley n°8.078, del 11 de septiembre de 1990	6
TÍTULO I - De los Derechos del Consumidor	6
CAPÍTULO I - Disposiciones Generales	6
CAPÍTULO II - De la Política Nacional de Relaciones de Consumo	6
CAPÍTULO III - De los derechos Básicos del Consumidor	8
CAPÍTULO IV - De la Calidad de Productos y Servicios, de la Prevención y de la Reparación de Daños	9
Sección I - De la Protección a la Salud y Seguridad	9
Sección II - De la Responsabilidad por el Producto o Servicio	10
Sección III - De la Responsabilidad por Vicio del producto y del Servicio	11
Sección IV - De la Decadencia y de la Prescripción	14
Sección V - De la Desconsideración de la Personalidad Jurídica	15
CAPÍTULO V - De las Prácticas Comerciales	15
Sección I - De las Disposiciones Generales	15
Sección II - De la Oferta	15
Sección III - De la Publicidad	16
Sección IV - De las Prácticas Abusivas	17
Sección V - De la Cobranza de Deudas	19
Sección VI - De los Bancos de Datos y Catastros de Consumidores	19
CAPÍTULO VI - De la Protección Contractual	20
Sección I - Disposiciones Generales	20

Sección II - De las Cláusulas Abusivas	21
Sección III - De los Contratos de Adhesión	23
CAPÍTULO VII - De las Sanciones Administrativas	23
TÍTULO II - De las Infracciones Penales	26
TÍTULO III - De la Defensa del Consumidor en Juicio	29
CAPÍTULO I - Disposiciones Generales	29
CAPÍTULO II - De las Acciones Colectivas para la Defensa de Intereses Individuales Homogéneos	31
CAPÍTULO III - De las Acciones de Responsabilidad del Proveedor de Productos y Servicios	33
CAPÍTULO IV - De la Cosa Juzgada	33
TÍTULO IV - Del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor	34
TÍTULO V - De la Convención Colectiva de Consumo	35
TÍTULO VI - Disposiciones Finales	36

LEY Nº 8.078, DEL 11 DE SEPTIEMBRE DE 1990

Dispone sobre la protección del consumidor y dicta otras providencias.

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, hago saber que el Congreso Nacional decreta y yo sanciono la siguiente ley:

TÍTULO I

De los Derechos del Consumidor

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Art. 1. El presente Código establece normas de protección y defensa de consumidor, de de orden público e interés social, bajo los términos del art. 5, inciso XXXII, art. 170, inciso V, de la Constitución Federal y art. 48 de sus Disposiciones Transitorias.

Art. 2. Consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza un producto o servicio como destinatario final.

Párrafo único. Se equipara a consumidor la colectividad de personas, aunque indeterminables, que haya intervenido en las relaciones de consumo.

Art. 3. Proveedor es toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera, así como los entes despersonalizados, que desarrollan actividad de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, exportación, distribución o comercialización de productos o prestación de servicios.

§ 1. Producto es cualquier bien, mueble o inmueble, material o inmaterial.

§ 2. Servicio es toda actividad ofrecida en el mercado de consumo bajo remuneración, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, crediticia y securitaria, excepto las resultantes de las relaciones de carácter laboral.

CAPÍTULO II

De la Política Nacional de Relaciones de Consumo

Art. 4. La Política Nacional de Relaciones de Consumo tiene por objetivo atender a las necesidades de los consumidores, el respeto a su dignidad, salud y seguridad, la protección de sus intereses económicos, el mejoramiento de la calidad de vida, así como como la transparencia y armonía de las relaciones de consumo, atendidos los siguientes principios: (Redacción dada por la Ley nº 9.008, del 21 de marzo de 1995)

I - reconocimiento de la vulnerabilidad del consumidor en el mercado de consumo;

II - acción gubernamental en el sentido de proteger efectivamente al consumidor:

a) por iniciativa directa;

b) por incentivos hacia la creación y desarrollo de asociaciones representativas;

c) por la presencia del Estado en el mercado de consumo;

d) por la garantía de productos y servicios según los estándares adecuados de calidad, seguridad, durabilidad y desempeño.

III - armonización de los intereses de los participantes de las relaciones de consumo, haciendo compatible la protección del consumidor con la necesidad de desarrollo económico y tecnológico de manera que pueda viabilizar los principios en los cuales se basa el orden económico (art. 170 de la Constitución Federal) siempre fundamentado en la buena fe y equilibrio en las relaciones entre consumidores y proveedores.

IV - educación e información de proveedores y consumidores respecto a sus derechos y deberes, procurando el mejoramiento del mercado de consumo.

V - incentivo para la creación, por parte de los proveedores, de medios eficientes de control de calidad y seguridad de los productos y servicios, así como mecanismos alternativos de solución de conflictos de consumo.

VI - eficiente cohibición y represión a todos los abusos practicados en el mercado de consumo, inclusive la competencia desleal y utilización indebida de inventos, creaciones industriales de marcas, nombres comerciales y logotipos distintivos que puedan causar perjuicio a los consumidores.

VII - racionalización y mejoramiento de los servicios públicos.

VIII - estudio constante de las modificaciones del mercado de consumo.

Art. 5. Para la ejecución de la Política Nacional de Relaciones de Consumo, el poder público contará, entre otros, con los siguientes instrumentos:

I - asistencia jurídica, integral y gratuita para el consumidor de bajos recursos.

II - institución de fiscalías de justicia para defensa del consumidor en el ámbito del Ministerio Público.

III - creación de comisarías de policía especializadas en la atención a consumidores víctimas de infracciones penales de consumo.

IV - creación de juzgados especiales de pequeñas causas y tribunales especializados en la solución de litigios de consumo.

VI - eficiente cohibición y represión a todos los abusos practicados en el mercado de consumo, inclusive la competencia desleal y utilización indebida de inventos, creaciones industriales de marcas, nombres comerciales y logotipos distintivos que puedan causar perjuicio a los consumidores.

V - concesión de incentivos para la creación y desarrollo de asociaciones de defensa del consumidor.

§ 1. (Vetado).

§ 2. (Vetado).

CAPÍTULO III

De los Derechos Básicos del Consumidor

Art. 6. Son derechos básicos del consumidor:

I - la protección de su vida, salud y seguridad contra riesgos provocados por prácticas en el suministro de productos y servicios considerados peligrosos o nocivos;

II - la educación y divulgación sobre el adecuado consumo de los productos y servicios, garantizándole la libertad de elección y la igualdad en las contrataciones;

III - la información clara y adecuada sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad, impuestos y precio, así como los riesgos que puedan presentar; (Redacción dada por la Ley N° 12.741, de 2012)

IV - la protección contra la publicidad engañosa y abusiva, métodos comerciales coercitivos o desleales, así como prácticas y cláusulas abusivas o impuestas en el suministro de productos y servicios;

V - la modificación de las cláusulas contractuales que establezcan cuotas desproporcionadas o su revisión en razón de hechos supervenientes que las hagan exageradamente onerosas;

VI - la efectiva prevención y reparación de daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos y difusos;

VII - el acceso a los órganos judiciales y administrativos para la prevención o reparación de daños patrimoniales y morales, individuales, colectivos o difusos, asegurando la protección jurídica, administrativa y técnica a los necesitados;

VIII - la facilitación de la defensa de sus derechos, inclusive con la inversión de la carga probatoria en su favor en el proceso civil, cuando a criterio del juez la alegación es verosímil o cuando fuera hiposuficiente, según las reglas ordinarias de experiencias;

IX - (Vetado);

X - la adecuada y eficiente prestación de servicios públicos en general.

Art. 7. Los derechos previstos en este Código no excluyen otros resultantes de tratados o convenciones internacionales de que Brasil sea signatario, de la legislación interna ordinaria, de reglamentos expedidos por autoridades administrativas competentes, así como de los que deriven de los principios generales del derecho, analogía, costumbres y equidad.

Párrafo único. Habiendo más de un autor por la ofensa, todos responderán solidariamente por la reparación de los daños previstos en las normas de consumo.

CAPÍTULO IV

De la Calidad de Productos y Servicios, de la Prevención y de la Reparación de los Daños

SECCIÓN I

De la Protección a la Salud y Seguridad

Art. 8. Los productos y servicios colocados en el mercado de consumo no presentarán riesgos a la salud o a la seguridad de los consumidores, con excepción de aquellos considerados normales y previsibles como resultado de su naturaleza y fruición, estando obligándose los proveedores, en cualquier hipótesis, a suministrar las informaciones necesarias y adecuadas a su respecto.

Párrafo único. Tratándose de producto industrial es responsabilidad del fabricante ofrecer las informaciones que se refiere este artículo, a través de impresos apropiados que deben acompañar al producto.

Art. 9. El proveedor de productos y servicios potencialmente nocivos o peligrosos para la salud o seguridad deberá informar de manera ostensiva y adecuada sobre su nocividad y peligro, sin perjuicio de la adopción de otras medidas adecuadas en cada caso concreto.

Art. 10. El proveedor no podrá colocar en el mercado de consumo un producto o servicio que sabe o debería saber que presenta un alto grado de nocividad o peligro para la salud o seguridad.

§ 1. El proveedor de productos y servicios que, posteriormente a su introducción en el mercado de consumo, se percate de la existencia de peligros que presenten, deberá comunicar el hecho inmediatamente a las autoridades competentes y a los consumidores, a través de anuncios publicitarios.

§ 2. Los anuncios publicitarios a que se refiere el párrafo anterior deberán realizarse por la prensa, radio y televisión, a expensas del proveedor del producto o servicio.

§ 3. Siempre que tengan conocimiento de productos o servicios que presenten peligro para la salud o seguridad de los consumidores, el Gobierno Federal, los Estados, el Distrito Federal y los Municipios deberán informarlos al respecto.

Art. 11. (Vetado).

SECCIÓN II

De la Responsabilidad por el Producto o Servicio

Art. 12. El fabricante, el productor, el constructor, nacional o extranjero y el importador responden, independientemente de la existencia de culpa, por la reparación de los daños causados a los consumidores por defectos resultantes del proyecto, fabricación, construcción, montaje, fórmulas, manipulación, presentación o envase de sus productos, así como por informaciones insuficientes o inadecuadas sobre su utilización y riesgos.

§ 1. Un producto es defectuoso cuando no ofrece la seguridad que legítimamente se espera de él, tomándose en consideración las circunstancias relevantes, entre las cuales:

I - su presentación;

II - el uso y los riesgos que razonablemente se puedan esperar de él;

III - la época en que fue colocado en circulación.

§ 2. El producto no será considerado defectuoso por el hecho de que otro producto de mejor calidad ha sido puesto en el mercado.

§ 3. El fabricante, constructor, productor o importador no serán responsables únicamente cuando puedan probar que:

I - no han colocado el producto en el mercado;

II - aunque hayan colocado el producto en el mercado el defecto no existe;

III - la culpa es exclusiva por parte del consumidor o de tercero.

Art. 13. El comerciante es igualmente responsable bajo los términos del artículo anterior cuando:

I - el fabricante, constructor, productor o importador no puedan ser identificados;

II - el producto es ofrecido sin identificación clara de su fabricante, productor, constructor o importador;

III - no mantenga o almacene adecuadamente los productos perecibles.

Párrafo único. Aquel que haya pagado a la parte perjudicada podrá ejercer el derecho de restitución de las indemnizaciones abonadas en contra de los demás responsables, según su participación en la causa del hecho dañoso.

Art. 14. El proveedor de servicios responde, independientemente de la existencia de culpa, por la reparación de los daños causados a los consumidores por defectos referentes a la prestación de servicios, así como por informaciones insuficientes o inadecuadas sobre su ruición y riesgos.

§ 1. Un servicio es defectuoso cuando no ofrece la seguridad que el consumidor puede esperar de él, tomándose en consideración las circunstancias relevantes entre las cuales:

I - la forma de su suministro;

II - el resultado y riesgos que razonablemente se pueden esperar de él;

III - la época en que fue suministrado.

§ 2. Un servicio no será considerado defectuoso por la adopción de nuevas técnicas.

§ 3. El proveedor de servicios no será responsabilizado únicamente cuando pueda probar que:

I - habiendo prestado el servicio, no existe defecto;

II - la culpa es exclusiva del consumidor o de tercero.

§ 4. La responsabilidad personal de profesionales liberales será definida bajo verificación de culpa.

Art. 15. (Vetado).

Art. 16. (Vetado).

Art. 17. Para los efectos de esta Sección, se equiparan a consumidores todas las las víctimas del hecho.

SECCIÓN III

De la Responsabilidad por Vicio del Producto y del Servicio

Art. 18. Los proveedores de productos de consumo durables y no durables son solidariamente responsables por los vicios de calidad o cantidad que los vuelvan impropios o inadecuados para el consumo al que se destinan, o les disminuyan el valor, así como por aquellos resultantes de disparidad con las indicaciones que constan en el recipiente, empaques, rótulos o mensaje publicitario, respetadas las variaciones resultantes de su naturaleza, siendo posible que el consumidor exija la sustitución de las partes con vicio.

§ 1. En el caso de que dicho vicio no sea solucionado en el plazo máximo de treinta días, el consumidor podrá exigir, alternativamente y a su opción:

I - la sustitución del producto por otro de la misma especie en perfectas condiciones de uso;

II - la restitución inmediata de valores pagados, debidamente actualizados, sin perjuicio de eventuales pérdidas y daños;

III - la reducción proporcional en el precio.

§ 2. Las partes podrán establecer la reducción o extensión del plazo previsto en el párrafo anterior, no pudiendo ser inferior a siete ni superior a ciento ochenta días. En los contratos de adhesión la cláusula de plazo deberá ser establecida por separado, a través de manifestación expresa del consumidor.

§ 3. El consumidor podrá hacer uso inmediato de las alternativas del §1 de este artículo, siempre que, en razón de la extensión del vicio, la sustitución de las partes viciadas pueda comprometer la calidad o características del producto, disminuir su valor o se trate de producto esencial.

§ 4. Habiendo el consumidor optado por la alternativa del inciso I del §1 de este artículo, y no siendo posible la sustitución del bien, podrá haber sustitución por otro de especie, marca o modelo distintos, por medio de complementación o restitución de eventual diferencia de precio, sin perjuicio de lo dispuesto en los incisos II y III del §1 de este artículo.

§ 5. En caso de suministro de productos in natura, será responsable frente al consumidor el proveedor inmediato, salvo cuando identificado claramente el productor.

§ 6. Son impropios para uso y consumo:

I - los productos con plazo de validez expirados;

II - los productos deteriorados, alterados, adulterados, averiados, falsificados, corrompidos, fraudulentos, nocivos para la vida o para la salud, peligrosos o, aún aquellos en desacuerdo con las normas reglamentarias de fabricación, distribución o presentación;

III - los productos que por cualquier motivo se muestren inadecuados a la finalidad que se destinan.

Art. 19. Los proveedores son solidariamente responsables por los vicios de cantidad del producto siempre que, respetadas las variaciones resultantes de su naturaleza, su contenido neto sea inferior a las indicaciones que constan en el envase, empaque, rótulo o mensaje publicitario, pudiendo exigir el consumidor, alternativamente y a su opción:

I - la reducción proporcional del precio;

II - a complementación de peso o medida;

III - la sustitución del producto por otro de la misma especie, marca o modelo, sin los aludidos vicios;

IV - restitución inmediata del valor pagado, actualizado monetariamente, sin perjuicio de eventuales pérdidas y daños.

§ 1. Se aplica a este artículo lo dispuesto en el §4 del artículo anterior.

§ 2. El proveedor inmediato será responsable cuando efectúe el pesaje o medición y el instrumento utilizado no esté calibrado según la norma oficial.

Art. 20. El proveedor de servicios responde por los vicios de calidad que los vuelvan impropios para el consumo o les disminuya el valor, así como por aquellos resultantes de disparidad con las indicaciones que constan en la oferta o mensaje publicitario, pudiendo exigir el consumidor, alternativamente y a su opción:

I - la reejecución de los servicios sin costo adicional cuando sea el caso;

II - la restitución inmediata del valor pagado, actualizado monetariamente, sin perjuicio de eventuales daños y perjuicios.

III - la reducción proporcional del precio.

§ 1. La reejecución de los servicios podrá ser confiada a terceros debidamente capacitados, por cuenta y riesgo del proveedor.

§ 2. Son impropios los servicios que se muestren inadecuados a los fines que razonablemente de ellos se espera, así como aquellos que no atiendan a las normas reglamentarias de utilidad.

Art. 21. En el suministro de servicios que tengan por objetivo la reparación de cualquier producto estará implícita la obligación del proveedor en emplear componentes originales adecuados y nuevos, o que mantengan las especificaciones técnicas del fabricante salvo que, respecto a estos últimos, haya autorización contraria por parte del consumidor.

Art. 22. Los órganos públicos por si mismos o por medio de sus empresas, concesionarias, licenciadas o bajo cualquier otra forma de emprendimiento son obligados a suministrar servicios adecuados, eficientes, seguros y tratándose de servicios esenciales, de manera continua.

Párrafo único. En caso de incumplimiento total o parcial de las obligaciones referidas en este artículo, las personas jurídicas serán obligadas a su cumplimiento y a la reparación de daños causados en la forma prevista en este Código.

Art. 23. El desconocimiento del proveedor con respecto a los vicios de calidad por inadecuación de los productos y servicios no lo exime de responsabilidad.

Art. 24. La garantía legal de adecuación del producto o servicio es independiente de término expreso, siendo prohibida la exoneración contractual del proveedor.

Art. 25. Es prohibida estipulación contractual de cláusula que haga imposible, exonere o atenúe la obligación de indemnizar prevista en esta sección y en las anteriores.

§ 1. Habiendo más que un responsable de causar el daño, todos responderán solidariamente por la reparación prevista en esta sección y en las anteriores.

§ 2. Siendo el daño causado por componente o pieza incorporada al producto o servicio, serán responsables solidarios su fabricante, constructor o importador y aquel que haya realizado la incorporación.

SECCIÓN IV **De la Decadencia y de la Prescripción**

Art. 26. El derecho de reclamar por vicios aparentes o de fácil reconocimiento caduca en:

I - treinta días, tratándose de suministro de servicio y producto no durables;

II - noventa días, tratándose de suministro de servicio y producto durables.

§ 1. El lapso que debe ser considerado para la decadencia comienza a partir de la entrega efectiva del producto o de la conclusión de los servicios.

§ 2. Impiden la decadencia:

I - la reclamación comprobadamente formulada por el consumidor junto al proveedor de productos y servicios, hasta la respuesta negativa correspondiente, transmitida de manera inequívoca;

II - (Vetado)

III - la instauración de investigación civil, hasta su conclusión.

§ 3. Tratándose de vicio oculto, el plazo de decadencia comienza a contar en el momento en que se verifique el defecto.

Art. 27. Prescribe en cinco años la pretensión para la reparación por los daños causados por producto o servicio previsto en la Sección II de este Capítulo, niciando la cuenta dell plazo a partir del conocimiento del daño y de su autoría.

Párrafo Único. (Vetado).

SECCIÓN V

De la Desconsideración de la Personalidad Jurídica

Art. 28. El juez podrá desconsiderar la personalidad de una sociedad cuando, en perjuicio del consumidor se verifique abuso de derecho, exceso de poder, infracción de la ley, hecho o acto ilícito o violación de los estatutos o contrato social. La desconsideración también será llevada a efecto en caso de falencia, estado de insolvencia, cierre o inactividad de la persona jurídica provocado por mala administración.

§ 1. (Vetado).

§ 2. Las sociedades integrantes de grupos societarios y las sociedades controladas son subsidiariamente responsables por las obligaciones resultantes de este Código.

§ 3. Las sociedades en consorcio son solidariamente responsables por las obligaciones resultantes de este Código.

§ 4. Las sociedades coligadas solamente responderán en caso de culpa.

§ 5. También podrá ser desconsiderada la persona jurídica siempre que su personalidad sea, de alguna manera, obstáculo al resarcimiento de perjuicios causados a los consumidores.

CAPÍTULO V

De las Prácticas Comerciales

SECCIÓN I

De las Disposiciones Generales

Art. 29. Para los fines de este Capítulo y del siguiente, se equiparan a consumidores todas las personas determinables o no, expuestas a las prácticas aquí previstas.

SECCIÓN II

De la Oferta

Art. 30. Toda información o publicidad, suficientemente precisa, transmitida por cualquier forma o medio de comunicación con relación a productos y servicios ofrecidos o presentados obliga al proveedor que la haya transmitido o que de ella se utilice, pasando a integrar el contrato que venga a ser celebrado.

Art. 31. La oferta y presentación de productos o servicios deben asegurar informaciones correctas, claras, precisas, ostensivas y en idioma portugués, sobre sus características, calidad, cantidad, composición, precio, garantía, plazos de validez y origen, entre otros datos, así como riesgos que presenten para la salud y seguridad de los consumidores.

Párrafo único. Las informaciones que se refiere este artículo, en los productos refrigerados ofrecidos a los consumidores, se escribirá en forma indeleble. (Incluido por la Ley N^o 11.989, de 2009)

Art. 32. Los fabricantes e importadores deberán asegurar la oferta de componentes y repuestos mientras no cese la fabricación o importación del producto.

Párrafo único. Cesada la producción o importación del producto, la oferta deberá ser mantenida por un período razonable de tiempo, conforme manda la ley.

Art. 33. En el caso de oferta o venta por teléfono o reembolso postal deberá constar el nombre del fabricante y su dirección en el envase, publicidad y en todos los folletos utilizados en la transacción comercial.

Párrafo único. Se prohíbe la publicidad de bienes y servicios por teléfono, cuando la llamada es costosa para el consumidor que se origina. (Incluido por la Ley N^o 11.800, de 2008).

Art. 34. El proveedor de producto o servicio es solidariamente responsable por los actos de sus agentes o representantes independientes.

Art. 35. Si el proveedor de productos o servicios se rehúsa a cumplir con la oferta, presentación o publicidad, el consumidor podrá elegir alternativamente y a su opción:

I - exigir el cumplimiento forzoso de la obligación de acuerdo a los términos de la oferta, presentación o publicidad;

II - aceptar otro producto o prestación de servicio equivalente;

III - rescindir el contrato con derecho a la restitución del monto eventualmente anticipado, debidamente corregido, y pérdidas y daños.

SECCIÓN III De la Publicidad

Art. 36. La publicidad será transmitida de manera que el consumidor pueda reconocerla como tal, fácil e inmediatamente.

Párrafo único. El proveedor, en la publicidad de sus productos o servicios, mantendrá en su poder, para información de los legítimos interesados, los datos fácticos, técnicos y científicos que sustentan el mensaje.

Art. 37. Es prohibida toda publicidad engañosa o abusiva.

§ 1. Es engañosa cualquier modalidad de información o comunicación de carácter publicitario, entera o parcialmente falsa o que por cualquier otro modo, aunque por omisión, pueda inducir al consumidor en error cuanto a la naturaleza, características, calidad, cantidad, propiedades, origen, precio y otros datos sobre los productos y servicios.

§ 2. Es abusiva entre otras, la publicidad discriminatoria de cualquier naturaleza que incite a la violencia, explote el miedo o superstición, se aproveche de la deficiencia de razonamiento y experiencia de los niños, infrinja valores ambientales, o que pueda inducir al consumidor a comportarse de manera perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

§ 3. Para los efectos de este Código, la publicidad es engañosa por omisión cuando rescinda de informar sobre un dato esencial acerca del producto o servicio.

§ 4. (Vetado)

Art. 38. La carga probatoria de la veracidad y corrección de la información o comunicación publicitaria es responsabilidad de quien la patrocina.

SECCIÓN IV De las Prácticas Abusivas

Art. 39. Se le prohíbe al proveedor de productos o servicios, entre otras prácticas abusivas: (Redacción dada por la Ley nº 8.884, del 11 de junio de 1994)

I - condicionar el suministro de producto o servicio al suministro de otro producto o servicio, así como a límites cuantitativos, sin justa causa;

II - negar atención a las demandas de los consumidores en la exacta medida de sus disponibilidades de stock y, además, de acuerdo con los usos y costumbres;

III - enviar o entregar al consumidor, sin solicitud previa, cualquier producto o suministrar cualquier servicio;

IV - aprovecharse de la debilidad o ignorancia del consumidor, considerando su edad, salud, conocimiento o condición social, para convencerlo de adquirir sus productos o servicios;

V - exigir del consumidor una ventaja notoriamente excesiva;

VI - ejecutar servicios sin la previa elaboración de un presupuesto y autorización expresa del consumidor, con excepción de los resultantes de prácticas anteriores entre las partes;

VII - transmitir información despreciativa referente a un acto practicado por el consumidor en el ejercicio de sus derechos;

VIII - colocar en el mercado de consumo cualquier producto o servicio en desacuerdo con las normas expedidas por los órganos oficiales competentes y si no existen reglas específicas, por la *Associação Brasileira de Normas Técnicas* u otra entidad acreditada por el *Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial* (Conmetro).

IX - rehusar la venta de bienes o prestación de servicios directamente a quien se disponga a adquirirlos mediante pago al contado, con excepción de los casos en que haya intermediación reglamentada por leyes especiales; (Redacción dada por la Ley nº 8.884, del 11 de junio de 1994)

X - aumentar sin justa causa el precio de productos o servicios; (Inciso ampliado por la Ley nº 8.884, del 11 de junio de 1994)

XI - inciso ampliado por la medida provisoria nº 189067, del 22 de octubre de 1999 y transformada en inciso XIII, cuando fue convertida en la Ley nº 9.870, del 23 de noviembre de 1999.

XII - dejar de estipular un plazo para el cumplimiento de su obligación o dejar establecer el plazo inicial según su criterio exclusivo (Inciso ampliado por la Ley nº 9.008, del 21 de marzo 1995);

XIII - aplicar fórmula o índice de reajuste diferente al legal o contractualmente establecido (Inciso ampliado por la Ley nº 9.870, del 23 de noviembre de 1999).

Párrafo único. Los servicios suministrados y los productos remitidos o entregados al consumidor, bajo la hipótesis prevista en el inciso III, se equiparan a las muestras gratis, no existiendo obligación de pago.

Art. 40. El proveedor de servicios será obligado a entregar al consumidor un presupuesto previo con el valor de la mano de obra, de los materiales y equipos a emplearse, las condiciones de pago, así como las fechas de inicio y conclusión de los servicios.

§ 1. Salvo establecido en contrario, el valor estimado tendrá una validez por el plazo de diez días, contados a partir de su recibimiento por el consumidor.

§ 2. Una vez aprobado por el consumidor, el presupuesto obliga a los contrayentes y solamente podrá ser modificado por medio de libre negociación entre las partes.

§ 3. El consumidor no responde por ningún cargo o aumento resultantes de la contratación de servicios de terceros no previstos en el presupuesto precedente.

Art. 41. En el caso de suministro de productos o servicios bajo régimen de control o tabla de precios, los proveedores deberán respetar los límites oficiales y estarán sujetos, en caso de incumplimiento, a responder por la restitución del monto recibido en exceso, debidamente actualizado, pudiendo exigir el consumidor, a su criterio, la cancelación del negocio, sin perjuicio de otras posibles sanciones.

SECCIÓN V

De la Cobranza de Deudas

Art. 42. En la cobranza de débitos, el consumidor incumplidor no será expuesto al ridículo, ni será sometido ningún tipo de imposición o amenaza.

Párrafo único. El consumidor cobrado por un valor indebido tiene el derecho a devolución, por valor igual al doble de lo que pagó en exceso, aumentado el ajuste monetario e intereses legales, excepto en hipótesis de un engaño justificable.

Art. 42-A. En todos los documentos de la cobranza de débitos presentadas al consumidor, deberá llevar el nombre, dirección y número de inscripción en el Registro de las Personas Físicas - CPF o el registro nacional de persona jurídica - CNPJ el proveedor del producto o servicio. (Incluido por la Ley N° 12.039, 2009)

SECCIÓN VI

De los Bancos de Datos y Catastros de Consumidores

Art. 43. El consumidor, sin perjuicio de lo dispuesto en el art. 86, tendrá acceso a las informaciones existentes en catastros, fichas, datos personales y de consumo archivados a su respecto, así como a sus respectivas fuentes.

§ 1. Los catastros y datos de consumidores deben ser objetivos, claros, verdaderos y en lenguaje de fácil comprensión, y no pueden contener informaciones negativas referentes a un periodo superior a cinco años.

§ 2. La apertura de catastro, ficha, registro y datos personales y de consumo deberá ser comunicada por escrito al consumidor, cuando no sea solicitada por él.

§ 3. Siempre que el consumidor encuentre alguna inexactitud en sus datos y catastros, podrá exigir su inmediata corrección, debiendo el archivista, en el plazo de cinco días hábiles, comunicar la alteración a los eventuales destinatarios de las informaciones incorrectas.

§ 4. Los bancos de datos y catastros relativos a consumidores, los servicios de protección al crédito y equivalentes son considerados entidades de carácter público.

§ 5. Consumada la prescripción relativa para la cobranza de débitos del consumidor, no podrán ser ofrecidas por los respectivos Sistemas de Protección al Crédito ninguna información que pueda impedir o dificultar un nuevo acceso al crédito junto a los proveedores.

Art. 44. Los órganos públicos de defensa del consumidor mantendrán catastros actualizados de las reclamaciones fundamentadas en contra de proveedores de productos y servicios, debiendo divulgarlos pública y anualmente. La divulgación indicará si la reclamación fue atendida o no por el proveedor.

§ 1. Está facultado a cualquier interesado el acceso a las informaciones asentadas para fines de orientación y consulta.

§ 2. Se aplican a este artículo, en lo que sea pertinente, las mismas reglas enunciadas en el artículo anterior y las del párrafo único del art. 22 de este Código.

Art. 45. (Vetado)

CAPÍTULO VI **De la Protección Contractual**

SECCIÓN I **Disposiciones Generales**

Art. 46. Los contratos que regulan las relaciones de consumo no obligarán a los consumidores, caso no les fuera dada la oportunidad de tomar conocimiento previo de su contenido, o si los respectivos instrumentos fueron redactados de manera que dificulte la comprensión de su sentido y alcance.

Art. 47. Las cláusulas contractuales serán interpretadas de la manera más favorable para el consumidor.

Art. 48. Las declaraciones de voluntad asentadas en escritos particulares, recibos y precontratos relativos a las relaciones de consumo vinculan al proveedor, permitiendo inclusive una ejecución específica en los términos del art. 84 y sus párrafos.

Art. 49. El consumidor puede desistir del contrato en un plazo de siete días contados a partir de su firma o del momento en que recibió el producto o servicio, siempre que la contratación de suministro de productos y servicios haya ocurrido fuera del establecimiento comercial, especialmente por teléfono o a domicilio.

Párrafo único. Si el consumidor ejercita su derecho de arrepentimiento previsto en este artículo, los valores eventualmente pagados bajo cualquier título, durante el plazo de reflexión, serán devueltos inmediatamente, actualizados monetariamente.

Art. 50. La garantía contractual es complementaria a la legal y será otorgada por medio de un término escrito.

Párrafo único. El término de garantía o equivalente debe ser estándar e indicar, de manera adecuada, en qué consiste la misma garantía, así como la forma, el plazo y el lugar donde puede ser cumplida y los costos por cuenta del consumidor debiendo entregársele debidamente llenado por el proveedor en el acto del suministro, acompañado del manual de instrucciones, de instalación y uso del producto, en lenguaje didáctico, con ilustraciones.

SECCIÓN II

De las Cláusulas Abusivas

Art. 51. Son nulas de pleno derecho, entre otras, las cláusulas contractuales relativas al suministro de productos y servicios que:

I - impidan, exoneren o atenúen la responsabilidad del proveedor por vicios de cualquier naturaleza de los productos y servicios o impliquen renuncia o deposición de derechos. En las relaciones de consumo entre el proveedor y el consumidor o persona jurídica, la indemnización podrá ser limitada, en situaciones justificables;

II - substraigan al consumidor la opción de reembolso del monto ya pagado, en los casos previstos en este Código;

III - transfieran responsabilidades a terceros;

IV - establezcan obligaciones consideradas inicuas, abusivas, que coloquen al consumidor en desventaja exagerada, o que sean incompatibles con la buena fe o equidad;

V - (Vetado);

VI - establezcan la inversión de la carga probatoria en perjuicio del consumidor;

VII - determinen la utilización compulsoria de arbitraje;

VIII - impongan representante para concluir o realizar otro negocio jurídico por el consumidor;

IX - dejen al proveedor la opción de concluir o no el contrato, aunque obligue al consumidor;

X - permitan al proveedor, directa o indirectamente, alterar el precio de manera unilateral;

XI - autoricen al proveedor a cancelar el contrato de manera unilateral, sin que igual derecho le sea dado al consumidor;

XII - obliguen al consumidor a resarcir los costos de cobranza de su obligación, sin que igual derecho le sea conferido contra el proveedor;

XIII - autoricen al proveedor modificar de manera unilateral el contenido o la calidad del contrato, después de su celebración;

XIV - infrinjan o posibiliten la violación de las normas ambientales;

XV - estén en desacuerdo con el sistema de protección al consumidor;

XVI - posibiliten la renuncia al derecho de indemnización por mejorías necesarias.

§ 1. Se presume exagerada, entre otros casos, la ventaja que:

I - ofende los principios fundamentales del sistema jurídico al que pertenece;

II - restringe derechos u obligaciones fundamentales inherentes a la naturaleza del contrato, de tal modo que amenace su objeto o el equilibrio contractual;

III - se muestre excesivamente onerosa para el consumidor, considerándose la naturaleza y contenido del contrato, el interés de las partes y otras circunstancias peculiares del caso;

§ 2. La nulidad de una cláusula contractual abusiva no invalida el contrato, excepto cuando su ausencia, a pesar de los esfuerzos para integración, resulte onerosa para cualquiera de las partes.

§ 3. (Vetado).

§ 4. Está facultado a cualquier consumidor o entidad que lo represente, de requerir al Ministerio Público que lleve a juicio la competente acción para que sea declarada la nulidad de cualquier cláusula contractual contraria a lo dispuesto en este Código, o que de cualquier forma no asegure el justo equilibrio entre derechos y obligaciones de las partes;

Art. 52. En el suministro de productos o servicios que incluya otorgamiento de crédito o concesión de financiamiento al consumidor, el proveedor deberá, entre otros requisitos, informarlo previa y adecuadamente sobre:

I - precio del producto o servicio en moneda corriente nacional;

II - monto de los intereses de mora y de la tasa efectiva anual de intereses;

III - aumentos legalmente previstos;

IV - número y periodicidad de las cuotas;

V - suma total a pagar, con y sin financiamiento.

§ 1. Las multas por mora resultantes del incumplimiento de obligaciones en su plazo no podrán ser superiores al dos por ciento del valor de la cuota. (Redacción dada por la Ley nº 9.298, del 1 de agosto de 1996)

§ 2. Es asegurada al consumidor la liquidación anticipada del débito, total o parcialmente, mediante la reducción proporcional de los intereses y otros encargos.

§ 3. (Vetado).

Art. 53. En los contratos de compra y venta de bienes muebles o inmuebles mediante el pago en cuotas, así como en las enajenaciones fiduciarias en garantía, se consideran nulas de pleno derecho las cláusulas que establezcan la pérdida total de las cuotas pagadas en beneficio del acreedor que, en razón de incumplimiento, requiera la extinción del contrato y la restitución del bien enajenado.

§ 1. (Vetado).

§ 2. En los contratos del sistema de consorcio de productos durables, la compensación o la restitución de las cuotas pagadas, conforme dicta este artículo tendrá descontada, además de la ventaja económica conseguida por la fruición, los perjuicios que la parte abdicada o incumplidora cause al grupo.

§ 3. Los contratos de los cuales trata este artículo serán expresados en moneda corriente nacional.

SECCIÓN III De los Contratos de Adhesión

Art. 54. Contrato de adhesión es aquel cuyas cláusulas hayan sido aprobadas por la autoridad competente o establecidas unilateralmente por el proveedor de productos o servicios, sin que el consumidor pueda discutir o modificar substancialmente su contenido.

§ 1. La inserción de cláusula en el formulario no altera la naturaleza de adhesión del contrato.

§ 2. En los contratos de adhesión se admite cláusula resolutoria, siempre y cuando sea una alternativa, cabiendo escoger al consumidor, preservándose lo dispuesto en el §2 del artículo anterior.

§ 3. Los contratos de adhesión escritos serán redactados en términos claros y con caracteres ostensibles y legibles cuyo tamaño no es menor que el cuerpo doce con el fin de facilitar su comprensión por parte del consumidor. (Redacción dada por la Ley N^o 11785, 2008)

§ 4. Las cláusulas que impliquen limitación de derecho del consumidor deberán ser redactadas en forma notoria, permitiendo su inmediata y fácil comprensión.

§ 5. (Vetado)

CAPÍTULO VII De las Sanciones Administrativas

Art. 55. El Gobierno Federal, los Estados, y el Distrito Federal, en carácter concurrente y en sus respectivas áreas de actuación administrativa, establecerán normas relativas a la producción, industrialización, distribución y consumo de productos y servicios.

§ 1. El Gobierno Federal, los Estados, el Distrito Federal y los Municipios fiscalizarán y controlarán la producción, industrialización, distribución, la publicidad de productos y servicios y el mercado de consumo, interesados en la preservación de la vida, de la salud, de la seguridad, de la información y del bienestar del consumidor, estableciendo las normas que sean necesarias.

§ 2. (Vetado).

§ 3. Los órganos federales, estatales, del Distrito Federal y municipales con atribuciones para fiscalizar y controlar el mercado de consumo mantendrán comisiones permanentes para la elaboración, revisión y actualización de las normas referidas en el §1, siendo obligatoria la participación de consumidores y proveedores.

§ 4. Los órganos oficiales podrán expedir notificaciones a los proveedores para que, bajo pena de desobediencia, suministren informaciones al respecto de cuestiones de interés del consumidor, resguardando el secreto industrial.

Art. 56. Las infracciones de las normas de defensa del consumidor están sujetas, conforme el caso, a las siguientes sanciones administrativas, sin perjuicio de aquellas de naturaleza civil, penal y de las definidas en normas específicas:

I - multa;

II - confiscación del producto;

III - inutilización del producto;

IV - anulación del registro del producto en el órgano competente;

V - prohibición de fabricación del producto;

VI - suspensión del suministro de producto y servicio;

VII - suspensión temporaria de la actividad;

VIII - revocación de la concesión o permiso de uso;

IX - anulación de la licencia del establecimiento o de actividad;

X - interdicción, total o parcial, del establecimiento, de obra o de actividad;

XI - intervención administrativa;

XII - imposición de contrapropaganda.

Párrafo único. Las sanciones previstas en este artículo serán aplicadas por la autoridad administrativa en el ámbito de su atribución y pueden ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida preventiva, antecedente o incidente de procedimiento administrativo.

Art. 57. La penalidad de multa, regulada de acuerdo con la gravedad de la infracción, la ventaja conseguida y la condición económica del proveedor, será aplicada por medio de un procedimiento administrativo, revertiendo para el Fondo del que trata la Ley nº 7.347, del 24 de julio de 1985, los valores pertinentes al Gobierno Federal, o en los demás casos para los fondos estatales o municipales de protección al consumidor. (Redacción dada por la Ley nº 8.656, del 21 de mayo de 1993)

Párrafo único. La multa será en monto no inferior a doscientas y no superior a tres millones de veces el valor de la Unidad Fiscal de Referencia (UFIR), u otro índice equivalente que venga a sustituirla. (Párrafo ampliado por la Ley nº 8.703, del 06 de septiembre de 1993)

Art. 58. Las penalidades de confiscación, de inutilización de productos, de prohibición de fabricación de productos, de suspensión del suministro de producto o servicio, de anulación del registro del producto y revocación de la concesión o permiso de uso serán aplicadas por la administración, por medio de procedimiento administrativo, asegurada la amplia defensa, cuando sean constatados vicios de cantidad o de calidad por inadecuación o inseguridad del producto o servicio.

Art. 59. Las penalidades de anulación de licencia, de interdicción y suspensión temporaria de actividad, así como la de intervención administrativa, serán aplicadas por medio de procedimiento administrativo, asegurada la amplia defensa, cuando el proveedor reincida en la práctica de las infracciones de mayor gravedad previstas en este Código y en la legislación de consumo.

§ 1. La pena de anulación de concesión será aplicada a la concesionaria de servicio público, cuando viole la obligación legal o contractual.

§ 2. La pena de intervención administrativa será aplicada siempre que las circunstancias del hecho desaconsejen la anulación de licencia, la interdicción o suspensión de la actividad.

§ 3. Estando pendiente alguna acción judicial en la cual se discute la imposición de la penalidad administrativa, no habrá reincidencia hasta el tránsito en juzgado de la sentencia.

Art. 60. La imposición de la contrapropaganda será prescrita cuando el proveedor incurra en la práctica de publicidad engañosa o abusiva, conforme lo dispone el art. 36 y sus párrafos, siempre a expensas del infractor.

§ 1. La contrapropaganda será divulgada por el responsable de la misma manera, frecuencia, dimensión y preferiblemente en el mismo vehículo, local, espacio y horario, de manera que sea capaz de deshacer el maleficio de la publicidad engañosa o abusiva.

§ 2. (Vetado).

§ 3. (Vetado).

TÍTULO II

De las Infracciones Penales

Art. 61. Constituyen delitos contra las relaciones de consumo previstas en este Código, sin perjuicio de lo dispuesto en el Código Penal y leyes especiales, las conductas tipificadas en los siguientes artículos.

Art. 62. (Vetado).

Art. 63. Omitir texto o señales ostensibles sobre la nocividad o peligrosidad de productos, en los envases, envolturas, recipientes o publicidad:

Pena - Detención de seis meses a dos años y multa.

§ 1. Incurrirá en las mismas penalidades quien deje de alertar, por medio de recomendaciones escritas ostensibles, sobre la peligrosidad del servicio a ser prestado.

§ 2. Si el delito es doloso:

Pena - Detención de uno a seis meses o multa.

Art. 64. Dejar de comunicar a la autoridad competente y a los consumidores sobre la nocividad o peligrosidad de productos cuyo conocimiento sea posterior a su colocación en el mercado:

Pena - Detención de seis meses a dos años y multa.

Párrafo único. Incurrirá en las mismas penalidades quien deje de retirar del mercado inmediatamente, cuando sea determinado por la autoridad competente, los productos nocivos o peligrosos, conforme este artículo.

Art. 65. Ejecutar servicio de alto grado de peligrosidad, contrario a la determinación de la autoridad competente:

Pena - Detención de seis meses a dos años y multa.

Párrafo único. Las sanciones de este artículo son aplicables sin perjuicio de las correspondientes por lesión corporal y muerte.

Art. 66. Hacer una afirmación falsa o engañosa, u omitir información relevante sobre la naturaleza, característica, calidad, cantidad, seguridad, desempeño, durabilidad, precio o garantía de productos o servicios:

Pena - Detención de tres meses a un año y multa.

§ 1. Incurrirá en las mismas penalidades quien patrocine la oferta.

§ 2. Si el delito es doloso:

Pena - Detención de uno a seis meses o multa.

Art. 67. Hacer o promover publicidad que sabe o debería saber ser engañosa o abusiva:

Pena - Detención de tres meses a un año y multa.

Párrafo único. (Vetado).

Art. 68. Hacer o promover publicidad que sabe o debería saber ser capaz de inducir al consumidor a comportarse de manera perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad:

Pena - Detención de seis meses a dos años y multa.

Párrafo único. (Vetado).

Art. 69. Dejar de organizar datos fácticos, técnicos y científicos que dan soporte a la publicidad:

Pena - Detención de uno a seis meses o multa.

Art. 70. Emplear en la reparación de productos, piezas o repuestos usados, sin autorización del consumidor:

Pena - Detención de tres meses a un año y multa.

Art. 71. En la cobranza de deudas utilizar amenaza, coacción, imposición física o moral, afirmaciones falsas, incorrectas o engañosas o de cualquier otro procedimiento que exponga al consumidor, injustificadamente, al ridículo o interfiera con su trabajo, descanso u ocio:

Pena - Detención de tres meses a un año y multa.

Art. 72. Impedir o dificultar el acceso del consumidor a informaciones de su persona que consten en catastros, banco de datos, fichas y registros:

Pena - Detención de seis meses a un año o multa.

Art. 73. Dejar de corregir inmediatamente información sobre el consumidor que conste en un catastro, banco de datos, fichas o registros que sabe o debería saber que es inexacta:

Pena - Detención de uno a seis meses o multa.

Art. 74. Dejar de entregar al consumidor la garantía adecuadamente llena y con especificación clara de su contenido:

Pena - Detención de uno a seis meses o multa.

Art. 75. Quien incurra, de cualquier forma, en los delitos referidos en este Código, incide en las penalidades prescritas en la medida de su culpabilidad, así como el director, administrador o gerente de la persona jurídica que promueva, permita o por cualquier otro modo apruebe el suministro, oferta, exposición para la venta o mantenimiento en depósito de productos o la oferta y prestación de servicios en las condiciones caracterizadas como prohibidas.

Art. 76. Son circunstancias agravantes de los delitos tipificados en este Código:

I - ser cometidos en época de grave crisis económica o frente a una calamidad;

II - ocasionar grave daño individual o colectivo;

III - disimular la naturaleza ilícita del procedimiento;

IV - cuando son cometidos:

a) por funcionario público, o por persona cuya condición económica y social sea manifestadamente superior a la de la víctima;

b) en detrimento de operario o campesino; de menor de dieciocho o mayor de sesenta años o de personas portadoras de deficiencia mental impedidas o no;

V - ser practicados en operaciones que incluyan alimentos, medicamentos o cualquier otro producto o servicio esencial.

Art. 77. La penalidad pecuniaria prevista en esta Sección será fijada en días-multa, correspondiente al mínimo y al máximo de días de duración de la pena privativa de libertad prescrita para el delito. En la individualización de esta multa, el juez observará lo dispuesto en el art. 60, §1 del Código Penal.

Art. 78. Además de las penalidades privativas de libertad y de multa, pueden ser impuestas, cumulativa o alternadamente, observado lo dispuesto en los artículos 44 a 47, del Código Penal:

I - la privación temporaria de derechos;

II - la publicación en medios de comunicación de gran circulación o audiencia, as expensas del condenado, de noticia sobre los hechos y la condenación;

III - la prestación de servicios a la comunidad.

Art. 79. El monto de la fianza, en las infracciones que trata este Código, será establecido por el juez o por la autoridad que presida la investigación, entre cien y doscientas mil veces el valor del Bonos del Tesoro Nacional (BTN) o ndice equivalente que í lo venga a sustituir.

Párrafo único. Si así lo recomienda la situación económica del inculpado, la fianza podrá ser:

a) reducida hasta la mitad de su valor mínimo;

b) aumentada por el juez hasta veinte veces.

Art. 80. En el proceso penal referente a los delitos previstos en este Código, así como a otros delitos y contravenciones que envuelvan relaciones de consumo, podrán intervenir como asistentes del Ministerio Público los legitimados ndicados i en el art. 82, incisos III y IV, a quienes también les está facultado proponer una acción penal subsidiaria, si la denuncia no fuera ofrecida en el plazo legal.

TÍTULO III

De la Defensa del Consumidor en Juicio

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Art.81. La defensa de los intereses y derechos de los consumidores y de las víctimas podrá ser ejercida en juicio individualmente o a título colectivo.

Párrafo único. La defensa colectiva será ejercida cuando se trate de:

I - intereses o derechos difusos, así entendidos para los efectos de este Código, los transindividuales, de naturaleza indivisible, que sean titulares personas indeterminadas y coligadas por circunstancias de hecho;

II - intereses o derechos colectivos, así entendidos para los efectos de este Código, los transindividuales de naturaleza indivisible que sea titular grupo, categoría o clase de personas coligadas entre sí o con la parte contraria por una relación jurídica base;

III - intereses o derechos individuales homogéneos, así entendidos los resultantes de origen común.

Art. 82. Para fines del art. 81, párrafo único, son legitimados concurrentemente:

I - el Ministerio Público;

II - el Gobierno Federal, los Estados, los Municipios y el Distrito Federal;

III - las entidades y órganos de la Administración Pública, directa o indirecta, inclusive sin personalidad jurídica, específicamente destinados a la defensa de los intereses y derechos protegidos por este Código;

IV - las asociaciones legalmente constituidas desde hace por lo menos un año y que incluyan entre sus finalidades institucionales la defensa de los intereses y derechos protegidos por este Código, dispensada la autorización de la asamblea.

§ 1. El requisito de la constitución previa puede ser dispensado por el juez en las acciones previstas en los artículos 91 y siguientes, cuando exista un notorio interés social, evidente por la dimensión o característica del daño, o por la relevancia del bien jurídico a ser protegido.

§ 2. (Vetado).

§ 3. (Vetado).

Art. 83. Para la defensa de los derechos e intereses protegidos por este Código son admisibles todas las especies de acciones capaces de propiciar su adecuada y efectiva tutela.

Párrafo único. (Vetado).

Art. 84. En la acción que tenga por objetivo el cumplimiento de obligación de hacer o no hacer, el juez concederá la tutela específica de la obligación o determinará providencias que aseguren un resultado práctico equivalente al del cumplimiento.

§ 1. La conversión de la obligación en pérdidas y daños solamente será admisible si el autor opta por ellas o si se hace imposible la tutela específica o la obtención de un resultado práctico correspondiente.

§ 2. La indemnización por pérdidas y daños se hará sin perjuicio de la multa (art. 287 del Código de Proceso Civil).

§ 3. Siendo relevante el fundamento de la demanda y habiendo recelo justificado de ineficacia del proveimiento final, es lícito al juez conceder la tutela liminarmente o después de justificación previa, citado el inculpado.

§ 4. El juez podrá, en la hipótesis del §3 o en la sentencia, imponer multa diaria al inculpado, independientemente de pedido por parte del autor, si fuera suficiente o compatible con la obligación, fijando un plazo razonable para el cumplimiento del precepto.

§ 5. Para la tutela específica o para obtención del resultado práctico equivalente, el juez podrá determinar las medidas necesarias tales como confiscación, remoción de cosas y personas, destrucción de obra, impedimento de actividad nociva, además de requisición de fuerza policial.

Art. 85. (Vetado).

Art. 86. (Vetado).

Art. 87. En las acciones colectivas que trata este Código no habrá adelantamiento de costos, emolumentos, honorarios periciales o cualquier otro gasto, ni condenación de la asociación autora, salvo comprobada mala fe, en honorario de abogados, costos y gastos procesales.

Párrafo único. En caso de litigación de mala fe, la asociación autora y los directores responsables por proponer la acción serán solidariamente condenados al pago de los honorarios de abogados y al décuplo de los costos, sin perjuicio de la responsabilidad por pérdidas y daños.

Art. 88. En la hipótesis del art. 13, párrafo único de este Código, la acción regresiva podrá ser ajuiciada en proceso autónomo, facultada la posibilidad de proseguir en los mismos autos, prohibida la delación de la querrela.

Art. 89. (Vetado).

Art. 90. Se aplican a las acciones previstas bajo este Título las normas del Código de Proceso Civil y de la Ley n° 7.347, del 24 de julio de 1985, inclusive en lo referente a la investigación civil, en aquello que no contraríe sus disposiciones.

CAPÍTULO II

De las Acciones Colectivas para la Defensa de Intereses Individuales Homogéneos

Art. 91. Los legitimados de los cuales trata el art. 82 podrán proponer en su propio nombre y por interés de las víctimas o sus sucesores, una acción civil colectiva de responsabilidad por los daños individualmente sufridos, de acuerdo a lo dispuesto en los artículos siguientes. (Redacción dada por la Ley n° 9.008, del 21 de marzo de 1995)

Art. 92. El Ministerio Público si no juzga la acción, actuará siempre como fiscal de la ley.

Párrafo único. (Vetado).

Art. 93. Resguardando la competencia de la Justicia Federal, es competente para la causa la justicia local:

I - en el foro del lugar donde haya ocurrido o deba ocurrir el daño cuando sea en ámbito local;

II - en el foro de la Capital del Estado o en el Distrito Federal, para los daños de ámbito nacional o regional, aplicándose las reglas del Código de Proceso Civil a los casos de competencia concurrente.

Art. 94. Propuesta la acción, será publicado un edicto en el órgano oficial a fin de que los interesados puedan intervenir en el proceso como litisconsortes, sin perjuicio de amplia divulgación por los medios de comunicación social por parte de los órganos de defensa del consumidor.

Art. 95. En el caso de procedencia del pedido, la condenación será genérica, fijando la responsabilidad del inculpado por los daños causados.

Art. 96. (Vetado).

Art. 97. La liquidación y ejecución de la sentencia podrán ser promovidas por la víctima y sus sucesores, así como por los legitimados que trata el art. 82.

Párrafo único. (Vetado).

Art. 98. La ejecución podrá ser colectiva, siendo promovida por los legitimados de los cuales trata el art. 82, incluyendo las víctimas cuyas indemnizaciones ya hubieren sido fijadas en sentencia de liquidación, sin perjuicio de llevarse a juicio otras ejecuciones. (Redacción dada por la Ley nº 9.008, del 21 de marzo de 1995)

§ 1. La ejecución colectiva se realizará con base en el certificado de las sentencias de liquidación, en la cual deberá constar la existencia o no del tránsito en juzgado.

§ 2. Es competente para la ejecución el juicio:

I - de la liquidación de la sentencia o de la acción condenatoria, en caso de ejecución individual;

II - de la acción condenatoria, cuando sea colectiva la ejecución.

Art. 99. En caso de concurso de créditos resultantes de la condenación prevista en la Ley nº 7.347, del 24 de julio de 1985, y de indemnizaciones por los perjuicios individuales resultantes del mismo evento dañoso, tendrán preferencia en el pago.

Párrafo único. Para efecto de lo dispuesto en este artículo, la destinación de los valores recaudados al fondo creado por la Ley nº 7.347, del 24 de julio de 1985, quedará interrumpida mientras estén pendientes de decisión en segundo grado las acciones de indemnización por daños individuales, salvo en la hipótesis de que el patrimonio del deudor sea evidentemente suficiente para responder por la totalidad de las deudas.

Art. 100. Transcurrido el lapso de un año sin la habilitación de interesados en número compatible con la gravedad del daño, podrán los legitimados del art. 82 promover la liquidación y ejecución de la indemnización debida.

Párrafo único. El producto de la indemnización debida revertirá para el fondo creado por la Ley nº 7.347, del 24 de julio de 1985.

CAPÍTULO III

De las Acciones de Responsabilidad del Proveedor de Productos y Servicios

Art. 101. En la acción de responsabilidad civil del proveedor de productos y servicios, sin perjuicio de lo dispuesto en los Capítulos I y II de este título, serán observadas las siguientes normas:

I - la acción puede ser propuesta en el domicilio del autor;

II - el inculpado que haya contratado un seguro de responsabilidad podrá llamar al asegurador al proceso, prohibida la integración del contradictorio por el Instituto de Reseguros de Brasil. En esta hipótesis, la sentencia que juzgue procedente el pedido condenará al inculpado bajo los términos del art. 80 del Código de Proceso Civil. Si el inculpado hubiere sido declarado insolvente, el síndico será intimado a informar acerca de la existencia del seguro de responsabilidad, siendo facultado, en caso afirmativo, promover una acción de indemnización directamente en contra del asegurador, siendo prohibida la delación de la querrela al Instituto de Reseguros de Brasil y con ello liberado el litisconsorcio obligatorio.

Art. 102. Los legitimados al actuar conforme lo dispone este Código podrán proponer una acción buscando compeler al Poder Público competente a prohibir en todo el territorio nacional la producción, divulgación, distribución o venta, o a determinar la alteración en la composición, estructura, fórmula o acondicionamiento de producto cuyo uso o consumo regular se muestre nocivo o peligroso para la salud pública y para la incolumidad personal.

§ 1. (Vetado).

§ 2. (Vetado).

CAPÍTULO IV

De la Cosa Juzgada

Art. 103. En las acciones colectivas de las cuales trata este Código, la sentencia hará cosa juzgada:

I - erga omnes, excepto si el pedido fuera juzgado improcedente por insuficiencia de pruebas, hipótesis en que cualquier legitimado podrá intentar otra acción, con idéntico fundamento, valiéndose de nueva prueba, en la hipótesis del inciso I, párrafo único del art. 81;

II - ultra partes, pero limitadamente al grupo, categoría o clase, salvo improcedencia por insuficiencia de pruebas, bajo los términos del inciso anterior, cuando se trate de la hipótesis prevista en el inciso II del párrafo único del art. 81;

III - erga omnes, solamente en caso de procedencia del pedido para beneficiar todas las víctimas y sus sucesores, en la hipótesis del inciso III del párrafo único del art. 81.

§ 1. Los efectos de la cosa juzgada previstos en los incisos I y II no perjudicarán los intereses y derechos individuales de los integrantes de la colectividad, del grupo, categoría o clase.

§ 2. En la hipótesis prevista en el inciso III, en caso de improcedencia del pedido, los interesados que no hubieren intervenido en el proceso como litisconsortes podrán proponer una acción de indemnización en carácter individual.

§ 3. Los efectos de la cosa juzgada de que cuida el art. 16, combinado con el art. 13 de la Ley nº 7.347, del 24 de julio de 1985, no perjudicarán las acciones de indemnización por daños personalmente sufridos, propuestas individualmente o conforme lo previsto en este Código, pero si el pedido es procedente, beneficiarán a las víctimas y a sus sucesores, que podrán proceder a la liquidación y a la ejecución en los términos de los artículos 96 a 99.

§ 4. Se aplica lo dispuesto en el párrafo anterior a la sentencia penal condenatoria.

Art. 104. Las acciones colectivas previstas en los incisos I y II del párrafo único del art. 81 no inducen litispendencia para las acciones individuales, pero los efectos de la cosa juzgada erga omnes o ultra partes a que se refieren los incisos II y III del artículo anterior no beneficiarán a los autores de las acciones individuales, si no fuere requerida su suspensión en el plazo de treinta días contados a partir del conocimiento en los autos del proceso de la acción colectiva.

TÍTULO IV

Del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor

Art. 105. Son integrantes del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (SNDC) los órganos federales, estatales, del Distrito Federal y municipales y las entidades privadas de defensa del consumidor.

Art. 106. El Departamento de Protección y Defensa del Consumidor, de la Secretaría de Derecho Económico (Ministerio de Justicia) u órgano federal que venga a sustituirlo, es el organismo de coordinación de la política del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor, correspondiéndole: (Conforme la nomenclatura dada por el decreto nº 2.181, del 20 de marzo de 1997)

I - planificar, elaborar, proponer, coordinar y ejecutar la política nacional de protección al consumidor;

II - recibir, analizar, evaluar y encaminar consultas, denuncias o sugerencias presentadas por entidades representativas o personas jurídicas de derecho público o privado;

III - ofrecer a los consumidores orientación permanente sobre sus derechos y garantías;

IV - informar, concienciar y motivar al consumidor a través de los distintos medios de comunicación;

V - solicitar a la policía judicial la instauración de investigación policial para la apreciación de delito contra los consumidores, en los términos de la legislación vigente;

VI - representar al Ministerio Público competente para fines de adopción de medidas procesales en el ámbito de sus atribuciones;

VII - llevar al conocimiento de los órganos competentes las infracciones de orden administrativo que violen los intereses difusos, colectivos o individuales de los consumidores;

VIII - solicitar la participación de órganos y entidades del Gobierno Federal, Estados, Distrito Federal y Municipalidades, así como auxiliar en la fiscalización de precios, abastecimiento, cantidad y seguridad de bienes y servicios;

IX - incentivar, inclusive con recursos financieros y otros programas especiales, la formación de entidades de defensa del consumidor por la población y por los órganos públicos estatales y municipales;

X - (Vetado).

XI - (Vetado).

XII - (Vetado).

XIII - desarrollar otras actividades compatibles con sus finalidades.

Párrafo único. Para la consecución de sus objetivos, el Departamento de Protección y Defensa del Consumidor podrá solicitar la participación de órganos y entidades de evidente especialización técnico-científica. (Conforme la nomenclatura dada por el decreto n° 2.181, del 20 de marzo de 1997).

TÍTULO V

De la Convención Colectiva de Consumo

Art. 107. Las entidades civiles de consumidores y las asociaciones de proveedores o sindicatos de categoría económica pueden regular, por convención escrita, las relaciones de consumo que tengan por objetivo establecer condiciones relativas al precio, calidad, cantidad, garantía y características de productos y servicios, así como a la reclamación y composición del conflicto de consumo.

§ 1. La convención será obligatoria a partir de su registro en la notaría de títulos y documentos.

§ 2. La convención obligará solamente a los miembros de las entidades signatarias.

§ 3. No se exime de cumplir la convención el proveedor que se desvincule de la entidad en fecha posterior al registro del instrumento.

Art. 108. (Vetado).

TÍTULO VI Disposiciones Finales

Art. 109. (Vetado).

Art. 110. Añádase el siguiente inciso IV al art. 1 de la Ley n° 7.347, del 24 de julio de 1985:

“IV - a cualquier otro interés difuso o colectivo”.

Art. 111. El inciso II del art. 5 de la Ley n° 7.347, del 24 de julio de 1985, pasa a tener la siguiente redacción:

“II - entre sus finalidades institucionales, incluya la protección al medio ambiente, al consumidor, al patrimonio artístico, estético, histórico, turístico y paisajístico, o a cualquier otro interés difuso o colectivo.”

Art. 112. El §3 del art. 5 de la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985, pasa a tener la siguiente redacción:

“§ 3. En caso de desistencia infundada o abandono de la acción por asociación legitimada, el Ministerio Público u otro legitimado asumirá la titularidad activa”.

Art. 113. Añádase los siguientes párrafos §4, §5 y §6 al art. 5° de la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985:

“§ 4. El requisito de constitución previa podrá ser dispensado por el juez cuando haya un manifiesto interés social evidenciado por la dimensión o característica del daño, o por la relevancia del bien jurídico a ser protegido.”

“§ 5. Se admite el litisconsorcio facultativo entre los Ministerios Públicos Federal, del Distrito Federal y de los Estados en defensa de los intereses y derechos de que cuida esta ley”.

“§ 6. Los órganos públicos legitimados podrán tomar de los interesados compromiso de ajuste de su conducta a las exigencias legales, mediante combinaciones, que tendrá eficacia de título ejecutivo extrajudicial.”

Art. 114. El art. 15 de la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985, pasa a tener la siguiente redacción:

“Art. 15. Transcurridos sesenta días del tránsito en juzgado de la sentencia condenatoria, sin que la asociación autora le promueva ejecución, el Ministerio Público deberá hacerlo, facultada igual iniciativa a los demás legitimados”.

Art. 115. Suprímase el contexto del art. 17 de la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985, pasando el párrafo único a constituir el caput, con la siguiente redacción:

“Art. 17. En caso de litigación de mala fe, a daños.”

Art. 116. Confiérase la siguiente redacción al art. 18 de la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985:

“Art. 18. En las acciones que trata esta ley, no habrá adelantamiento de costos, emolumentos, honorarios periciales y ningún otro gasto, ni condenación de la asociación autora, salvo comprobada mala fe, en honorario de abogados, costos y gastos procesales.

Art. 117. Añádase a la Ley 7.347, del 24 de julio de 1985 el siguiente dispositivo, renumerándose los siguientes:

“Art. 21. Se aplican para la defensa de los derechos e intereses difuso, colectivos e individuales, en lo que sea admisible, los dispositivos del Título III de la Ley que instituyó el Código de Defensa del Consumidor.”

Art. 118. Este Código entrará en vigencia dentro de ciento ochenta días contados a partir de su publicación.

Art. 119. Se derogan las disposiciones en contrario.

Brasilia, 11 de septiembre de 1990;
169º de la Independencia y 102º de la República.

FERNANDO COLLOR
Bernardo Cabral
Zelia M. Cardoso de Mello
Ozires Silva