

CONSIDERANDO ser a defesa do consumidor direito fundamental (CF, art. 5º, inciso XXXII) e princípio da Ordem Econômica (CF, art. 170, inciso V);

CONSIDERANDO a natureza cogente do Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal n. 8.078/90), de ordem pública e interesse social, na forma de seu art. 1º; QUE a Política Nacional das Relações de Consumo tem como objetivos, dentre outros, a transparência e harmonia das relações de consumo (art. 4º, caput, da Lei Federal n. 8.078/90);

CONSIDERANDO que compete ao Ministério Público, através das Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, auxiliar na execução da Política Nacional das Relações de Consumo, conforme disposto no artigo 5º, inciso II, do Código de Defesa do Consumidor;

CONSIDERANDO que o Código de Defesa do Consumidor, em seu art. 4º, estabelece a política nacional das Relações de Consumo, tendo por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos princípios como o do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, ação governamental no sentido de efetivamente proteger o consumidor e harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica, sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

CONSIDERANDO que o fornecedor deve buscar e manter a qualidade na prestação do serviço através do cumprimento dos direitos básicos do consumidor, com base na boa-fé, equidade e equilíbrio;

CONSIDERANDO ser o Princípio da Informação diretriz basilar do Código de Defesa do Consumidor e, como decorrência lógica, constitui direito básico a ser observado nas relações consumeristas, nos termos do art. 6º, inciso III, da Lei Federal n. 8.078/90, 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; QUE o preço de produtos ou serviços deve ser informado quando da oferta dos mesmos, consoante artigo 31, da Lei Federal n. 8.078/90;

CONSIDERANDO que o preço deve ser informado diretamente no produto ou, então, caso isso seja impossível, por meio de relação junto aos bens que estão expostos à venda, jamais em local diverso;

CONSIDERANDO que compete, ainda, ao Ministério Público tomar as medidas necessárias para garantir a efetividade na defesa do consumidor;

CONSIDERANDO que o Código de Defesa do Consumidor prevê, em seu art. 31 e parágrafo único que: "A oferta de produtos deverá assegurar informações corretas, claras e precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, composição, preço, garantia, prazos de validade, origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.", acrescentando que em relação aos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, as informações serão gravadas de forma indelével;

CONSIDERANDO que é considerada prática abusiva, sendo vedado ao fornecedor de produtos e/ou serviços "VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro)", conforme previsão do art. 39, inciso VIII, do CDC;

CONSIDERANDO o teor do artigo 13, I, do Decreto Federal n. 2.181/97, o qual estabelece como prática infrativa a oferta de produtos ou serviços sem informações corretas, claras, precisas e ostensivas, em língua portuguesa, sobre suas características, qualidade, quantidade, composição, preço, entre outros dados relevantes; QUE, a propósito, a ausência de preço no produto gera, comumente, inibição em consumidores que desejam comprar, os quais se sentem constrangidos a adentrar o estabelecimento para perguntarem o preço, sem saber se terão condições de pagar o valor solicitado;

CONSIDERANDO que a vitrine, regra geral, é o primeiro contato do consumidor com as lojas no varejo. É ela que, regularmente, engrandece nele o desejo de consumo; QUE existe uma técnica específica relacionada à montagem de vitrines, intitulada "vitrinismo", advinda do Marketing, o que demonstra a propriedade e a importância do referido mecanismo nas práticas comerciais; QUE um percentual elevado das vendas realizadas tem como elemento efetivador as vitrines, visto que, quando essas são bem elaboradas, há transmissão de ideias e sensações ao possível cliente, determinantes para o ato da compra;

CONSIDERANDO que a Lei Federal n. 10.962/04, a qual dispõe sobre a oferta e as formas de "precificação" de produtos e

serviços, determina a afixação direta de preços por meio de etiquetas ou similares nos bens expostos à venda, bem como em vitrines, mediante divulgação do preço à vista com caracteres legíveis (artigo 2º, inciso I); QUE o artigo 3º do indigitado diploma legal, quando impossível a afixação, permite o uso da relação de preços junto aos produtos expostos, desde que esteja prontamente visível; QUE, mesmo havendo na legislação específica maneiras diversas de informar preços de produtos e serviços, considerando-se a especificidade dos bens ofertados, é notória a ausência de "precificação" no mercado de consumo desta localidade; QUE a tabela de preços mantida em poder do vendedor, prática bastante usual no mercado de consumo, não satisfaz o comando legal, afinal, o consumidor tem o direito de saber o preço do produto sem que haja necessidade de consultar o vendedor ou pesquisar lista existente em local diverso da exposição do produto; QUE é descabido o argumento de que determinadas transações, pelas características do produto ou do serviço, são mais complexas e, por isso, justificariam a consulta prévia ao vendedor para ciência do preço;

CONSIDERANDO que o Decreto Federal n. 5.903/06, o qual regulamenta as Leis Federais nº 10.962/04 e 8.078/90, prevê a obrigatoriedade quanto ao preço de produtos e serviços expostos à venda estar sempre visível, enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público (artigo 4º); QUE o artigo 5º do mesmo Decreto assegura a pronta visualização do preço pelo consumidor, independentemente de solicitação do mesmo ou de intervenção do comerciante; QUE o preço do produto ou serviço deverá estar discriminado com o seu valor total à vista e, caso haja outorga de crédito, deverão constar também o valor total a ser pago com o financiamento, o número, periodicidade e valor das prestações, os juros, bem como todos os encargos que incidam sobre o valor do parcelamento e do financiamento (artigo 52 da Lei Federal n. 8.078/90 e artigo 3º do Decreto Federal n. 5.903/06); QUE a omissão quanto à informação relevante sobre o preço de produtos ou serviços pode configurar o crime contra as relações de consumo previsto no artigo 66, Lei Federal n. 8.078/90, ensejando a propositura da ação penal cabível (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);

CONSIDERANDO ser inegável, pelo exposto, que o procedimento adotado de não "precificação", ou sendo esta irregular, de produtos e serviços contraria o ordenamento jurídico, legitimando a atuação dos fornecedores, inclusive sem necessidade de prévia advertência, até porque ninguém pode se escusar de cumprir a lei alegando ignorá-la (art. 3º da Lei de Introdução às Normas do Direito Brasileiro);

RECOMENDA ADMINISTRATIVAMENTE às entidades representativas dos fornecedores de São Felix do Xingu, estabelecimentos comerciais que possuam oferta de produto, serviço ao público, ou ambas, independente de sua regularização quanto aos órgãos públicos para seu funcionamento:

I - QUE divulguem, no prazo de 10 (dez) dias contados do recebimento deste documento, o teor desta Recomendação aos fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público para que estejam em estrita harmonia e conformidade com as normas pertinentes à "precificação" dos produtos, previstos na Lei Federal n. 10.962/04 e Decreto Federal n. 5.903/06, atendendo imediatamente às diretrizes principais de correção, clareza e precisão, advertindo-se que o eventual descumprimento ou desobediência a tais dispositivos, ainda que parcial, poderá implicar na adoção das providências administrativas e judiciais cabíveis, inclusive a aplicação de sanções e a propositura de ação penal por crime contra as relações de consumo (artigos 56 e 66, da Lei Federal n. 8.078/90);

II - QUE orientem e cumpram os seus fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público de que condutas que dificultam a percepção do preço pelo consumidor, como as exemplificadas abaixo, constituem infração ao direito básico de informação dos consumidores: a) utilizar letras cujo tamanho não seja uniforme ou dificulte a percepção da informação, considerada a distância normal de visualização do consumidor; b) expor preços com as cores das letras e do fundo idêntico ou semelhante; c) utilizar caracteres apagados, rasurados ou borrados; d) informar preços apenas em parcelas, obrigando o consumidor ao cálculo do total; e) informar preços em moeda estrangeira, desacompanhados de sua conversão em moeda corrente nacional, em caracteres de igual ou superior destaque; f) utilizar referência que deixa dúvida quanto à identificação do item ao qual se refere; g) atribuir preços distintos para o mesmo item; h) expor informação rigidada na vertical ou outro ângulo que dificulte a percepção; i) não registrar o valor do produto no próprio item, ou em prateleira que o expõe ao público; j) manter

etiqueta de valor distinto com o valor do produto; k) acondiciona ou expor produto em prateleira sem respectivo preço.

III - A orientar e cumprir fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público sobre o dever de exibir, juntamente com a informação sobre os preços dos seus produtos e serviços, as condições de pagamento aceitas, de modo a informar claramente o recebimento ou não de cartões de crédito e/ou débito e quais as bandeiras autorizadas, bem como se o estabelecimento recebe ou não o pagamento de cheque, enfim, as informações necessárias para que o consumidor saiba previamente todas as formas de pagamentos disponíveis;

IV - QUE orientem e cumpram os seus fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público que procedam as seguintes formas de afixação de preços, em vendas a varejo, para o consumidor, que: a) no comércio em geral, por meio de etiquetas ou similares afixados diretamente nos bens expostos à venda, e em vitrines, mediante divulgação do preço à vista em caracteres legíveis; b) em auto-serviços, supermercados, hipermercados, mercearias ou estabelecimentos comerciais onde o consumidor tenha acesso direto ao produto, sem intervenção do comerciante, mediante a impressão ou afixação do preço do produto na embalagem, ou a afixação de código referencial, ou ainda, com a afixação de código de barras, considerando que na utilização de código referencial ou de barras, o comerciante deverá expor, de forma clara e legível, junto aos itens expostos, informação relativa ao preço à vista do produto, suas características e código; QUE venda a varejo de produtos fracionados em pequenas quantidades, o comerciante deverá informar, na etiqueta contendo o preço ou junto aos itens expostos, além do preço do produto à vista, o preço correspondente a uma das seguintes unidades fundamentais de medida: capacidade, massa, volume, comprimento ou área, de acordo com a forma habitual de comercialização de cada tipo de produto, NÃO se considerando a comercialização de medicamentos. QUE na impossibilidade de afixação de preços conforme disposto acima, é permitido o uso de relações de preços dos produtos expostos, bem como dos serviços oferecidos, de forma escrita, clara e acessível ao consumidor.

V - Que orientem e cumpram seus fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público que utilizam código de barras, em perfeito estado de funcionamento, para apreçamento, deverão ser oferecidos equipamentos de leitura ótica para consulta de preço pelo consumidor, constando todos os itens vendidos no estabelecimento, localizados na área de vendas e em outras de fácil acesso, devendo ser indicados por cartazes suspensos que informem a sua localização, observada a distância máxima de quinze metros entre qualquer produto e a leitora ótica mais próxima. QUE em caso de qualquer produto não constar no cadastramento da leitura ótica, deverá o estabelecimento garantir o preço no item do produto.

VI - A orientar seus fornecedores associados/representados/afiliados da CDL, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público sobre a possibilidade de, no prazo de 30 (trinta) dias, para fins de prevenção, poderão encaminhar dúvidas e questionamentos quanto aos limites, alcance, interpretação e aplicação dos termos desta Recomendação, a esta Promotoria de Justiça, para que sobre esses expedientes se emita ulterior resposta, a qual fará parte integrante dos termos deste documento;

Para conhecimento de todos os consumidores, frequentes ou não, no município, e fornecedores associados/representados/afiliados, bem como o proprietário/gerente/administrador/gestor de negócios do estabelecimento comercial/empresarial, bem como cooperativas que realizem vendas de produtos ou serviços ao público, divulgue a presente Recomendação na brevidade e na forma mais ampla possíveis, bem como se publique em portal eletrônico da entidade, acaso existente.

Determina-se o prazo de 30 (trinta) dias para cumprimento da presente Recomendação, devendo a Polícia Militar, a Polícia Civil e demais agentes públicos vinculados à proteção da defesa do consumidor velarem pelo cumprimento desta Recomendação.

Expeça-se ofício à Câmara de Dirigentes Lojistas, Câmara de Vereadores, ao Prefeito da cidade, Polícia Civil, Polícia Militar para fins de conhecimento e cumprimento, dentro de suas atribuições.

São Felix do Xingu, Pará, 26 de janeiro de 2016.
Bruno Fernandes Silva Freitas, Promotor de Justiça.

Flávia Miranda Ferreira, Promotora de Justiça.

Protocolo 924651