

Preço deve ficar visível ao consumidor enquanto loja estiver aberta

O artigo 4º do [Decreto 5.903/06](#), que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor, diz que o preço dos produtos deve ficar sempre visível ao consumidor enquanto o estabelecimento estiver aberto ao público. Nesta mesma situação, o parágrafo único dispõe que seu rearranjo, montagem ou a sua limpeza dentro da loja deve ser feito sem prejuízo destas informações. Por infringir esta determinação, a 3ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul [manteve](#), na íntegra, [sentença](#) que considerou legal o auto-de-infração lavrado pelo Procon de Porto Alegre contra uma revenda de veículos especiais. A notificação rendeu multa de R\$ 11.111,20.

Na apelação que contestou a decisão da 8ª Vara da Fazenda Pública da Capital gaúcha, a revenda alegou que os fiscais chegaram à loja exatamente no momento em que os carros estavam sendo realocados no espaço de exposição. E que as tabelas de preços estavam sendo alteradas para redefinição de valores, em razão do aumento de Imposto sobre Produtos Industrializados em 30%, determinado pelo Governo Federal à época. Afirmou ainda que, enquanto substituiu os preços, manteve tabela com o preço dos veículos afixada na entrada do *show room*.

O juiz João Pedro Cavalli Júnior também embasou sua sentença em cima de dois dispositivos do CDC. O artigo 6º, inciso III, diz que é direito básico do consumidor a informação adequada e clara, com especificação correta de preço. Já o artigo 31 determina que a apresentação dos produtos deve trazer informação correta, clara, precisa, ostensiva e em Língua Portuguesa. “Interpretando-se sistematicamente as normas relativas à matéria em questão, conclui-se que a informação ao consumidor quanto ao preço do produto, além de clara e inequívoca, deve ser permanente”, escreveu na sentença.

Para o juiz, a necessidade de corrigir a tabela não é justificativa para os carros permanecerem sem os preços neles afixados. A seu ver, é perfeitamente possível manter os preços antigos junto aos veículos até que fossem reajustados os valores ou, na pior das hipóteses, proceder às alterações fora do horário de atendimento ao público.

A fixação dos preços no *show room* também não afasta a irregularidade. “Quando a legislação consumerista fala em informação ‘ostensiva’, está se referindo, no caso concreto, à informação prestada de forma que o consumidor, ao passar em frente à vitrine do estabelecimento comercial, possa, de pronto, identificar o valor do produto exposto”, arrematou.

Em complemento, o relator, desembargador Leonel Pires Ohlweiler, observou que todo o processo administrativo que redundou na multa foi legal, pois a empresa recebeu a notificação do Procon e teve chance de se defender. Logo, arrematou o relator da decisão monocrática, não há nenhuma irregularidade a ser sanada. A apelação foi negada na sessão do dia 26 de junho.

Clique [aqui](#) para ler a íntegra do Decreto 5.903/06.

Clique [aqui](#) para ler a sentença.

Clique [aqui](#) para ler a decisão monocrática.

Date Created

27/07/2015