

Visões Gerais acerca do Código de Defesa do Consumidor

Fernanda Maria Gundes Salazar*

- O que é?

O Código de Defesa do Consumidor, na verdade Código de Proteção e Defesa do Consumidor foi previsto desde a feitura da Constituição Federal brasileira de 1988, ao erigir em seu artigo 5º, inciso XXXII, a defesa do consumidor como princípio do Estado brasileiro, tendo-a colocado entre os Direitos e Garantias Fundamentais do Cidadão.

Assim nasceu a Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor) e o Decreto nº 2.181 de 20 de março de 1997, este dispondo acerca do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Tentando definir o que efetivamente seria o citado Código, diríamos que é uma norma editada pelo Estado no sentido de promover a igualdade material no mercado de consumo.

Desta definição alguns termos devem ser explicados para que se tenha uma maior clareza da definição, quais sejam: “Igualdade Material” e “Mercado de Consumo”.

Primeiramente tratemos do termo “Igualdade Material”.

O termo igualdade pode ser interpretado de duas formas: 1. a primeira no sentido de dar aos cidadãos as mesmas regras (“todos são iguais perante à Lei”) – sentido de “Igualdade Formal”; 2. o segundo no sentido de conceder a cada cidadão a devida norma, prezando por suas diferenças e igualdades (Conceito Aristotélico de justiça) – sendo este no sentido de “Igualdade Material”.

Igualdade Material nada mais é que a busca pela Justiça no sentido de que sejam respeitadas as diferenças entre as pessoas, beneficiando-se o mais fraco em detrimento do mais forte, contudo movendo-se pela temperança, sob pena de serem causadas injustiças.

Aplicando a definição ao mundo material dos contratos de consumo, temos que na relação entre o consumidor e o fornecedor, em tese, temos como mais fraco o consumidor, motivo pelo qual merece maior guarida.

Usa-se em direito do consumidor o termo “hipossuficiente” – termo econômico adaptado pela legislação –, onde o consumidor pode ser assim considerado, seja pela questão econômica – normalmente o fornecedor tem meios econômicos bem maiores que o consumidor –, seja pela questão técnica – pois pode deter o consumidor meios financeiros, contudo ser hipossuficiente quanto à tecnologia do produto.

Quer dizer, o Código de Defesa do Consumidor prima pela igualdade material do mercado de consumo, onde é considerado hipossuficiente o consumidor em relação ao fornecedor.

Tratada a “Igualdade Material”, tratemos agora do termo “Mercado de Consumo”.

Dentro do mundo contratual, inexistente área que apresente maior diversidade e quantidade que os contratos de consumo, haja vista que em todos os momentos da nossa vida estamos em volta a esses contratos, desde o momento que acordamos e dormimos (a pasta de dentes, a escova, a água encanada, a própria cama e o colchão, em tese são advindos de contratos de consumo), desde o nosso nascimento até nossa morte.

Assim, haja vista a quão vasta é a área de atuação desses contratos, o nosso legislador primou pela sua regulação específica, onde, partindo da “Igualdade Material”, fez regulamentações dos atores e objetos básicos destes contratos, definindo diretamente os termos “consumidor”, “fornecedor”, “produto ou serviço” e contrato de consumo.

Conforme dispõe o artigo 2.º do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, é consumidor “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Dentro desta linha de raciocínio da lei consumerista, são fornecedores, conforme definição do artigo 3.º, “as pessoas físicas ou jurídicas, públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”.

Definido o fornecedor e consumidor, temos que produto é tido como “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” (parágrafo 1.º do artigo 3.º do CDC), enquanto serviço é “qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração,

inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações trabalhistas” (parágrafo 2.º do artigo 3.º do CDC).

Por fim, temos que “o contrato de consumo é um negócio jurídico bilateral gerador de obrigações, que apresenta como partes obrigatórias, de um lado o consumidor, pessoa física ou jurídica que retira o produto da cadeia de consumo, sem o intuito de lucro, e apresentando-se vulnerável perante o fornecedor, sendo destinatário fático e econômico do bem, e, do outro o fornecedor, pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como o ente despersonalizado que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços, tendo como objeto um produto, qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial, ou serviço, segundo é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações trabalhistas” .

Pelo demonstrado, temos que mercado de consumo é o universo formado pelos contratos de consumo e a relação direta ou indireta dos atores e objetos, quais sejam, consumidor, fornecedor, bem ou serviço.

- O que trouxe de novo para o mercado

O Código de Defesa do Consumidor trouxe para o mercado uma nova forma de avaliação dos serviços e produtos oferecidos, vez que trouxe à tona uma exacerbada e justa proteção impingida ao consumidor sob forma de garantir a igualdade material no mercado de consumo.

Observando mais diretamente, significava que os fornecedores, a partir daquele momento, teriam de prezar pela melhoria da qualidade de seus produtos e serviços oferecidos, sob pena de multas e processos por indenizações por danos, o que se tornou bastante comum com o passar dos anos.

O efeito inicial para os fornecedores foi bastante pernicioso, haja vista que foram forçados a aumentar os gastos no sentido de atingir um padrão mínimo para o mercado, contudo, com o passar dos anos e o fluir da globalização, o que parecia pernicioso tornou-se rentável, pois, com a melhoria da qualidade dos produtos com uma certa manutenção dos custos (o que aumentou a competitividade das empresas), as portas do mercado internacional se abriram para esses fornecedores.

É de se ver que o balanço social das empresas no mercado internacional é requisito para a entrada dos produtos, e, dentro desse balanço social, são de destaque a questão do cuidado com o meio ambiente, o apoio aos projetos sociais e o bom tratamento aos consumidores.

Não podemos esquecer também da criação dos centrais de atendimento ao consumidor (CAC), serviço disponibilizado para reclamações e sugestões dos consumidores, que, ao turno de darem prejuízo, aproximaram os consumidores dos fornecedores e abriram as portas para diversas sugestões que melhoraram os produtos e serviços oferecidos.

Em suma, o Código de Defesa do Consumidor causou uma verdadeira mutação no mercado brasileiro, impondo padrões e determinando um crescimento jamais vista na qualidade dos produtos oferecidos no mercado brasileiro.

- Como funciona:

Tratar do funcionamento do Código de Defesa do Consumidor é tratar diretamente da responsabilidade civil dos fornecedores e das práticas comerciais.

No que toca à responsabilidade civil dos fornecedores, temos que a mesma se opera de forma objetiva, ou seja, independente de conduta culposa por parte do fornecedor, restando apenas como excludentes a culpa exclusiva do consumidor; a comprovação da inexistência do vício do produto ou serviço; e a comprovação de não ter colocado o produto ou serviço no mercado, além de ter utilizado toda a sua diligência para isso.

Por exemplo, se compro uma camisa e a mesma rasga em prazo inferior a 90 (noventa) dias – prazo de garantia legal de bens duráveis – o fornecedor apenas estará livre da indenização (reposição da camisa), caso comprove que a mesma rasgou por culpa do consumidor, que a camisa não rasgou ou que aquele produto não foi por ele colocado no mercado. O consumidor, poderá exigir, a sua escolha, a devolução do valor pago, o abatimento proporcional do preço ou a troca por nova mercadoria.

Por outro lado, algumas práticas comerciais podem ser consideradas abusivas pelo Código Consumerista, como a propaganda enganosa (onde terá o consumidor direito à indenização, à rescisão do contrato ou à compra do produto com a qualidade anunciada pelo preço anunciado), a determinação da perda de todos os valores pagos em contratos de compra e venda de produtos (em tal caso deve ocorrer a devolução do valor pago, com a retenção apenas de uma taxa relativa aos danos causados pelo distrato do contrato), a

inclusão de cláusulas que coloquem o consumidor em extrema desvantagem, dentre outras. Essa regulamentação se encontra nos capítulos V e VI do citado Código.

O sistema de defesa do consumidor tem mecanismo bastante simples, onde a regulação é feita na esfera extra-judicial (processos administrativos em órgãos como a Vigilância Sanitária, os Procons, as Delegacias de Defesa do Consumidor, os Ministérios Públicos) ou judicial, com ações, sejam individuais (por consumidor), sejam coletivas.

A organização do sistema é adotada tanto de forma preventiva (com a informação dos fornecedores e consumidores), como repressivas, com suas devidas punições.

- O que acho certo: Concordo

Concordo, como não há que ser diverso, que a proteção ao consumidor deve ser efetivada, haja vista que a sua posição é sempre (ou quase sempre) de inferioridade perante o fornecedor, o que inspira maiores cuidados num país como o Brasil em que as leis e o direito das pessoas só passa a ser respeitado com uma demonstração de força (no sentido de punição direta ao infrator) pelo Estado.

Estamos no “país da impunidade” e do “cidadão de papel” (com direito nas leis, mas que por ninguém é respeitado), então qualquer iniciativa no sentido da melhora dos menos afortunados deve ser vista com bons olhos, principalmente quando tratamos do Código de Defesa do Consumidor que trouxe efetividade à resolução de alguns problemas do mercado de consumo.

- O que acho errado: Discordo

Difícil é a tarefa de demonstrar o que há de errado no Código de Defesa do Consumidor, mas existe um efeito psicológico do mesmo que considero pernicioso.

Como foi dito anteriormente, com o Código de Defesa do Consumidor, houve uma maior proteção daquele ente (consumidor), o que fez nascer na cabeça de algumas pessoas que, independente do que ocorra, sempre estará com a razão, o que é um erro.

A figura do consumidor litigante (consumidor que sempre aciona os órgãos judiciais, às vezes por motivos banais) é cada vez maior, onde diversas causas estão sendo julgadas improcedentes, exatamente pelo desconhecimento de causa, o que, ao final, causa diversos gastos à empresa acionada e tem reflexos nos preços dos produtos, já que estão incluídos no custo.

Assim, parece-me errado não o código em si, mas o mito que se criou de sempre ter razão o consumidor, o que é uma visão falseada da realidade.

- Conclusão: Ponto de vista

Ao final, chega-se a conclusão que co Código de Proteção e Defesa do Consumidor causou um avanço muito grande, seja para o consumidor, que viu brotar diversos direitos que antes não tinha, seja para as próprias empresas que se viram obrigadas a aumentar seu padrão de qualidade num mercado cada vez mais exigente.

*Advogada militante na área Tributária em Recife, ex-advogada plena da área Tributária do Grupo Votora
adelgicio.correia@cimentopoty.com.br

Disponível em: <

<http://www.viajus.com.br/viajus.php?pagina=artigos&id=402&idAreaSel=3&seeArt=yess>>. Acesso em: 25 set. 2007.