

O código de defesa do consumidor

*Por Carlos Hand

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), editado pela Lei 8.078, de 1990, representou uma verdadeira revolução no direito brasileiro, cujo conteúdo de seus artigos tem sido inclusive mencionado em Tribunais estrangeiros, como recentemente observado em uma decisão na Corte Argentina.

O CDC é a lei que rege as relações jurídicas de consumo, ou seja, relações que se firmam entre fornecedores e consumidores. Seu grande objetivo foi corrigir o desequilíbrio de direitos anteriormente existentes entre eles, intervindo nas relações de consumo para defender os consumidores, parte mais frágil na relação.

Em linhas gerais, toda pessoa física ou jurídica, destinatária final de um produto ou serviço, é considerada consumidora e tem o amparo da Lei. Assim, uma empresa que adquire uma geladeira para sua cozinha, sendo destinatária final deste produto, para uso próprio, também é considerada consumidora.

Por outro lado, esta mesma empresa, ao adquirir um produto para revenda ou para a produção de um bem, não se enquadra no conceito de consumidora, devendo questionar tal relação com base no Código Civil.

Outrossim, fornecedor é a pessoa física ou jurídica, pública ou privada, que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação ou comercialização de produtos ou serviços, cujos deveres básicos são:

- a) Proteger a vida, saúde e segurança do consumidor contra fornecimento de produtos perigosos, nocivos, defeituosos ou viciados;
- b) Informar o consumidor sobre as características e preço dos produtos ou serviços oferecidos, com informações claras;
- c) Informar o consumidor sobre os riscos dos produtos;
- d) Não fazer publicidade (propaganda) enganosa e abusiva e contra métodos comerciais desleais;
- e) Não elaborar cláusulas abusivas impostas ao consumidor no momento do surgimento do contrato de consumo;
- f) Prevenir e reparar o consumidor em caso de eventuais danos patrimoniais e/ou morais;
- g) Não expor o consumidor inadimplente ao ridículo nem submetê-lo a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça.

Dentre as grandes vantagens que o CDC proporciona aos consumidores, destaca-se a "inversão do ônus da prova". "Ônus da Prova" é o dever que tem a parte de provar o que

alega cabendo esta obrigação, em geral, a quem entra com uma ação na Justiça.

Assim, o Código atribuiu ao Juiz das causas o poder de transferir para o fornecedor a obrigação de provar que não leu o consumidor. Isto porque é o fornecedor quem tem todo o conhecimento do produto ou serviço colocado no mercado.

Por conseguinte, o produto ou serviço adquirido apresentando perigo, defeito ou vício, tem o consumidor o seguinte prazo para efetuar a reclamação, a contar da data de entrega do produto ou término do serviço:

- a) 30 dias - produtos e serviços não-duráveis (ex. alimentos)
- b) 90 dias - produtos e serviços duráveis (ex. eletrodomésticos)

Após esses prazos, o consumidor perde o direito de reclamar, ficando o fornecedor desobrigado de qualquer reparação, com exceção de vício oculto, ou seja, aquele que surge após a efetiva utilização do produto, como, por exemplo, um motor quebrado. E recomenda-se que toda reclamação seja sempre efetuada por escrito, por carta protocolada, e-mail ou telegrama.

Uma vez efetuada a reclamação, o fornecedor tem 30 dias para resolver o problema. Não sendo resolvido, pode o consumidor exigir, à sua escolha:

- a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- a restituição do valor pago, devidamente corrigido;
- abatimento no preço.

Ainda com relação a prazos, o consumidor tem sete dias para se arrepender de uma compra ou da contratação de um serviço fora do estabelecimento comercial (como, por exemplo, internet ou telefone), a contar do recebimento do produto ou serviço. Neste caso, o fornecedor deve devolver a quantia paga, com a devida correção monetária.

Não sendo resolvido o problema pelo fornecedor, o consumidor tem cinco anos para ajuizar uma ação contra o fornecedor, pleiteando danos materiais e/ou morais. No entanto, somente a existência do Código de Defesa do Consumidor não é suficiente para acabar com os abusos e práticas desleais nas relações de consumo. O próprio consumidor precisa conhecer seus direitos e lutar por eles, com sabedoria e bom senso.

* Carlos Hand é sócio do escritório Hand Advogados & Associados - carlos.hand@hand.adv.br