

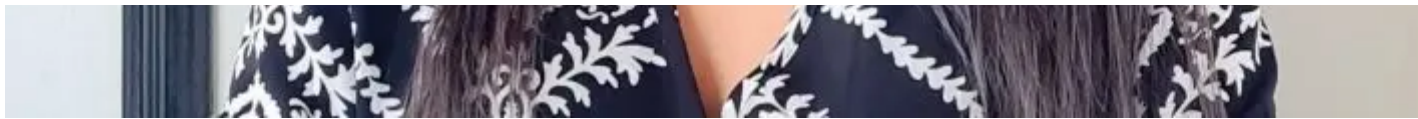


Nem sempre o cliente tem razão, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor

Vanessa Salem Eid*

06 de abril de 2021 | 11h36





Vanessa Salem Eid. Foto: Divulgação

O Direito Consumerista Brasileiro pode ser considerado uma herança de outros países, principalmente nos Estados Unidos, quando, em 1962, o então presidente Kennedy, fez um discurso no qual foram tratados direitos básicos dos cidadãos da época, os quais perduram até hoje, tais como, o direito à segurança, à informação e direito à ter voz ativa. Foi assim que foram deixadas marcas iniciais sobre o tão conhecido e difundido Direito do Consumidor.

Até 1990, em nosso país, o Código Civil era responsável por tutelar o direito consumerista. Contudo, com o aumento de litígios e necessidade de criação de normas específicas, foi promulgada a Lei 8.078/90, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências direcionadas ao tema.

As características do Direito do Consumidor, em comparação aos de Direito Civil, são voltadas a proteção do sujeito considerado vulnerável, ou seja, o consumidor. Nesse regramento prevalecem os princípios de normas de ordem pública e de interesse social, intervenção estatal e responsabilidade objetiva do fornecedor. Analisando criteriosamente a mudança de princípios, vê-se elevada quebra de paradigma, eis que acaba por diferenciar substancialmente contratos de direito civil e contratos consumeristas.

Nesse artigo trataremos de questões que envolvem fornecedores e consumidores e o porquê nem sempre o consumidor tem razão ao pleitear direitos que não lhe cabem ou que colocam o fornecedor de produtos e serviços em desvantagem.

Um dos problemas em voga é a troca de produtos, matéria tratada nos artigos 18 a 26 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

De acordo com Código de Defesa do Consumidor, o estabelecimento somente é obrigado a formalizar a troca do bem adquirido em caso de defeito aparente ou vício oculto, ou seja, aquele verificado após a compra e que não salta aos olhos no momento da aquisição.

Constatado o defeito, o prazo para reivindicação é de 90 dias e essa é a garantia legal dada a produtos duráveis. No caso de serviços e bens não duráveis, o prazo é de 30 dias.

Necessário salientar que, as trocas indiscriminadas são concessões que os estabelecimentos costumam adotar de forma cortês para fidelizar o cliente. Além do quanto determinado em lei, cada estabelecimento tem suas diretrizes internas e não é obrigado a fazer nada além de seu dever legal.

Assim sendo, por se tratar de uma gentileza, alguns estabelecimentos determinam políticas para trocas, tais como manutenção de etiqueta, embalagem ou outras questões que envolvem o entendimento interno pelo fornecedor e devem ser observadas.

Ademais, com o aumento de compras realizadas fora do estabelecimento comercial, os litígios envolvendo arrependimento de compra subiram de forma substancial.

O artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor versa sobre o arrependimento e deixa claro que o consumidor somente poderá exarar arrependimento caso a compra tenha sido realizada fora de um estabelecimento comercial, ou seja, pela internet, pelo telefone ou outro meio que não em loja física.

Nesses casos, o consumidor tem até sete dias corridos a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço e somente terá direito ao arrependimento mediante formalização do pedido junto ao fornecedor.

Atenção aos consumidores e fornecedores de São Paulo! Nesse Estado, a Lei 14.516/1, em seu artigo 1º, §2º, permite a desistência em 7 dias úteis, contados a partir do recebimento do contrato, caso o negócio tenha ocorrido por meio de “call center” ou outra forma de venda a distância.

Outra problemática em voga é a alegação de preço de anúncio abaixo do valor cobrado por produtos e os artigos 30 e 35 do Código de Defesa do Consumidor tratam do tema com maestria.

Apesar dos referidos artigos obrigarem o fornecedor a cumprir o que foi anunciado, há ressalvas que merecem atenção. A questão aqui é a má-fé utilizadas por diversos consumidores, o que merece afastamento e não deve prevalecer.

Uma pessoa comum acreditaria que uma loja venderia uma televisão por R\$ 10,00? Qualquer pessoa que possui critério mínimo de análise perceberia que há algo de errado no anúncio, seja por erro de digitação, considerado um erro material sanável ou por outro vício no teor do próprio anúncio.

Diversas decisões exaradas nos Tribunais de Justiça Estaduais já decidiram pelo afastamento do dever do fornecedor de cumprir a oferta, por entenderem que o erro material contido na publicidade não autoriza o consumidor a exigir o cumprimento forçado da oferta.

Ou seja, não é possível que a publicidade flagrantemente equivocada vincule o consumidor, criando nele expectativa justa de consumo. Para ser enganosa, ela deve ser recebida como verdadeira pelo consumidor, como real pelo destinatário.

Nesses casos, vê-se que o consumidor sabe que o valor do bem está errado, porém, acreditando no seu protecionismo, entender ter direito de comprar e depois pleitear judicialmente o cumprimento da oferta com base no CDC.

Portanto, um alerta que se faz é que os fornecedores devem ter atenção ao anunciar os preços de seus produtos. A tendência das decisões judiciais, neste caso, é o entendimento do erro material, porém ainda não é regra geral. Por fim, as formas de pagamento vêm tomando maior ênfase na atualidade e o artigo 52 do Código de Defesa do Consumidor também trata desse tema.

Em alguns sites ou estabelecimentos é comum ver anúncios a respeito da recusa de receber pagamento por meio de cheque ou até mesmo cartões de crédito e débito. Apesar de parecer incomum, não poderá haver contestação por parte do consumidor que pretende realizar o pagamento por um desses meios vetados pelo estabelecimento.

Desde que o pagamento ocorra por meio de moeda corrente nacional, o CDC não estabelece o meio de pagamento, essa questão pode ficar a critério do estabelecimento.

Diante do breve estudo apontado aqui, o que se percebe é que após 30 anos na edição do Código de Defesa do Consumidor, é essencial que cada caso seja analisado concretamente antes da aplicação generalizada da lei, até porque, houve mudanças substanciais no cenário nacional, e atualmente, há um grande número de pequenas empresas que não conseguirão suportar os ônus que a aplicação indiscriminada da lei consumerista impõe.

Ademais, os prejuízos ocasionados pelo grande índice de demandas infundadas podem resultar no repasse de preço dos produtos e serviços cobrados dos consumidores, até porque o Código de Defesa do Consumidor é um excelente meio de proteção tanto ao consumidor, quanto ao fornecedor, desde que seja aplicado de forma precisa, correta e diligente, caso contrário, poderá afetar diretamente a economia do País.

***Vanessa Salem Eid é advogada com atuação em Direito Civil, focada em Direito do Consumidor, Família e Bancário no escritório Rayes & Fagundes Advogados Associados.**