

DIREITO DO CONSUMIDOR

Cáritas Amaro de Freitas
Juliana Alcântara Melo

Professor(a) : Vânia Maria Bemfica Guimarães Pinto.

Resumo

O trabalho falará sobre o direito do consumidor, seja a compra feita fora do balcão ou na própria loja, um ramo que luta para que a sociedade seja justa, até mesmo no comércio. Resolve os conflitos de consumo, com a garantia de proteção do CDC (Código de Direito do Consumidor) que é composto por 119 artigos.

Palavras-chave: Consumidor. Conflitos. Empresas. Cdc.

Introdução

Como já mencionamos, o nosso tema será o direito do consumidor, onde milhares de pessoas têm problemas com empresas, que praticam abusos.

Vamos dizer que seja um conflito entre consumidores e os fornecedores, que no conceito de Rizzato Nunes, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire e utiliza produto ou o serviço como destinatário final. E o fornecedor é a pessoa física, jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira e o ente despersonalizado.

O consumidor é protegido pelo CDC e pela lei n 8.078/90. São vários os princípios legais básicos do “cliente”. Eles são: Dignidade(Caput do art- 4º da lei 8.078), proteção a vida, saúde e segurança(Art. 6º , I CDC art 6º caput), proteção e necessidade (Art. 1º da lei), transparência(Caput art. 4º CDC, complementando com o art 6º, III e Art 46), harmonia(Caput art. 4º, III da lei), vulnerabilidade(Art 4º, I), liberdade de escolha(Arts. 1º, III, 3º, I, e 5º caput da CF), intervenção do estado(Art. 4º, II), a boa-fé(Art 4º, III), boa-fé objetiva(ART 51, IV), boa-fé como princípio(art 4º da lei consumerista), O equilíbrio(art 51, IV, inciso III do parágrafo 1º do mesmo art 51), igualdade nas contratações(art 6º, II e art 5º, caput da CF), dever de informar(art 6º, II), proteção contra publicidade enganosa ou abusiva (art 6º, IV), proibição das práticas abusivas(art 6º, IV), proibição de cláusulas abusivas(art 6º IV, e o CDC tacha nula todas essas cláusulas- art 51 a 53), princípio da conservação(art 6º, V, está explícito no art 51, parágrafo 2), modificação das cláusulas que estabelecem prestações desproporcionais, direito de revisão, prevenção e reparação de danos materiais e morais, proibição de tarifamento, prevenção, reparação integral, direitos individuais, coletivos e difusos, acesso a justiça, assistência judiciária, etc.

O fornecedor é obrigado a dar todas as informações necessárias claramente, lógico que se a empresa não estiver dentro desses princípios o

consumidor poderá tomar outras medidas, caso o próprio fornecedor não resolva a situação.

Em caso de vício, defeito, prazo para que o produto seja concertado, devolução, etc, veremos no desenvolvimento do artigo.

Desenvolvimento

O consumidor está sempre protegido, seja dos vícios, dos defeitos, das propagandas enganosas, das liquidações, que é um perigo para o indivíduo que não verifica a mercadoria antes de comprá-la.

Um produto pode vir com vícios e defeitos, que faça com que o consumidor não consiga utilizar o produto ao seu fim, por serem inadequados, ou não funcionarem.

Vícios são produtos que funcionam “pela metade”, ou seja, produtos que olhando não se vê defeito, mas quando se utiliza, algo de suma importância acaba não funcionando. Como o exemplo da televisão sem som, sem cor.

Temos dois tipos de vícios: Os aparentes e os ocultos.

Os vícios aparentes são mais fáceis de serem percebidos, como o exemplo da televisão, logo o consumidor já vê que algo está errado. Já os vícios ocultos são ao longo do tempo, onde o consumidor só percebe depois de muito uso, como por exemplo no freio de um veículo. Já os defeitos causam um problema maior, são mercadorias que não funcionam, e o responsável já é o próprio fabricante, não os fornecedores.

A lei fixa o prazo de 30 dias para que os fornecedores resolvam os problemas que existe no produto, caso o produto não seja consertado no prazo acima, temos três alternativas : a de troca por outro, devolução do valor pago ou desconto.

O consumidor tem também que tomar cuidado com a propaganda enganosa, principalmente em liquidações, que só pela palavra, atrai milhares de pessoas com a idéia de que vai economizar. Muitas vezes você recebe uma oferta de liquidação, vai a loja, e é apenas uma prateleira com descontos.

Existem tipos de propaganda enganosa, como a do exemplo da liquidação mencionada acima, também tem aquela que fala que a matrícula será gratuita ou o material didático serão gratuitos, onde eles colocam essa taxa na mensalidade, sem que o consumidor possa “vê-la”, falsas promessas, propaganda enganosa por omissão, que é quando deixa de informar sobre um dado essencial do produto, enganosa comissiva, propaganda enganosa inteiramente falsa, e parcialmente falsa. E para as propagandas enganosas, há punições no CDC, que é desde a retirada do anúncio até a contrapropaganda e a punição criminal para os responsáveis.

Além das liquidações, compras nas próprias lojas, existem as compras feitas fora do balcão, pode ser por internet, telefone, a domicílio, etc. O CDC tem regra própria para esse tipo de ato, artigo 49. Que menciona que o consumidor tem os 7 dias úteis para a desistência, seja com a devolução do dinheiro ou se o consumidor preferir, outra mercadoria. E não

é pelo fato do artigo 49 esta citando apenas 7 dias, que esse tempo é obrigatório, em alguns lugares, no contrato eles dão o direito de 10, 15, 20 dias, esse tempo é estipulado pelo fornecedor, ou seja, só é preciso que o mínimo seja 7 dias úteis.

Se acontecer do consumidor não ficar satisfeito, basta manifesta objetivamente a sua desistência, pode ser por telefone, comunicado pela internet, por uma carta entregue pessoalmente no domicílio do fornecedor, por um telegrama ou por notificação via Cartório de Títulos e Documentos. O consumidor também tem o direito de não ter despesa nenhuma, tudo fica por conta do fornecedor.

Existe também a “empresa fantasma”, é preciso que o consumidor fique atento ao endereço, nome, CNPJ, verificar se existe alguma atendente no numero de telefone, e para não ter problemas, verificar no PROCON se existe reclamações sobre aquela empresa. E não confiar naquelas empresas que ao invés do endereço dão uma caixa postal.

E o “detalhe” mais importante, que são poucos que dão a atenção devida, é sobre o CONTRATO.

No artigo 46 do CDC, menciona: “Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance”.

Como esclarece no artigo 46, o contrato deve ser claro, transparente, para que o consumidor possa entender, sem obrigar o consumidor a cumprir cláusulas unilaterais, apenas vinda da vontade do consumidor. Caso o consumidor não ter o conhecimento prévio do que diz no contrato, ele não terá nenhuma validade. E se não ter como manter o contato, o consumidor terá direito a indenização por perdas e danos materiais e morais.

No artigo 47, fala sobre a interpretação, que é SEMPRE favorável ao consumidor.

No contrato também fica explicitamente proibidas as cláusulas abusivas, como um exemplo, é a venda casada, se existir alguma cláusula mencionando que para fazer a compra de um determinado produto, é obrigatório que outro item também seja adquirido pelo consumidor ou quando o fornecedor impõe a quantidade mínima para compra (existem exceções), isto é expressamente proibido no Código do Consumidor. Se o consumidor adquirir algo e aconteça à operação casada é preciso agir rápido, no caso de empréstimo de banco, no exemplo de um bancário exigir do cliente, que para fazer um empréstimo é preciso fazer um seguro de vida, caso aconteça isto é só fazer o cancelamento do seguro. Se for outro exemplos, que o fornecedor não cancele, é preciso procurar um advogado de confiança. (Venda Casada- Artigo 39 CDC).

Considerações finais

Após o fim do artigo, torna possível que o leitor possa entender as noções básicas sobre o Direito do consumidor, onde leu a importância do

CDC, que é nos seus artigos que se encontram todos os direitos e prazos do cliente.

Observamos também que não se pode confiar no fornecedor, muitos agem com má-fé sem dar importância se o consumidor tem consciência do que está fazendo na hora da compra.

É importante ressaltar, que depois da criação do Código do Consumidor, as pessoas se sentem mais seguras na hora das compras, sabendo que a lei está ao seu favor, que o direito é sempre do consumidor.

E para finalizar, lembrando que antes de fazer qualquer compra, é preciso ser cauteloso, observar o contrato, o local que está negociando, as cláusulas, se a propaganda é verdadeira. Para que no futuro não venha problemas como mencionamos no desenvolvimento do artigo.

Referências

NUNES, RIZZATTO. **BÊ-A-BÁ do Consumidor**, São Paulo: Método, 2006.

_____. **Curso do Direito do Consumidor - 4º Ed** – São Paulo: Saraiva 2009.