

O legado das 3 décadas do Código de Defesa do Consumidor

Defensoria

Postado em: 11/09/2020

Defensor público-geral faz considerações sobre esse que é considerado um marco para as relações de consumo

Defensor público-geral faz considerações sobre esse que é considerado um marco para as relações de consumo. No dia 11 de setembro de 1990, a Lei nº 8.078, que regulamentava o Código de Defesa do Consumidor, era sancionada. O CDC foi um divisor de águas na relação entre quem fornece e quem consome no Brasil. Por ser considerado moderno e bem elaborado, é tido como referência mundial e frequentemente utilizado como inspiração para outros países. Atualmente, são 119 artigos que tratam sobre a proteção e defesa de toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Mas, será que o Código ainda precisa avançar muito? Qual é o balanço desses 30 anos? E as compras feitas pela internet, como ficam? Quem responde essas perguntas é o defensor público-geral do Estado, dr. Eduardo Abraão. O que o Código de Defesa do Consumidor representa para o equilíbrio das relações de consumo?*

DPG: A necessidade de defesa do(a) consumidor(a) foi percebida a partir do reconhecimento de sua vulnerabilidade frente às consequências da industrialização ocorrida nas décadas de 1960 e 1970, seguida de crises econômicas e sociais, do processo inflacionário e da consequente elevação do custo de vida. O surgimento do Código de Defesa do Consumidor assegurou o reconhecimento de referida vulnerabilidade, estabelecendo a boa-fé como princípio basilar das relações de consumo. E, não à toa, referida norma é reconhecida internacionalmente como modelo a ser seguido na proteção dos direitos do consumidor, já que busca a proteção da vida, da saúde e da segurança, trazendo o direito à informação clara, precisa e adequada, protegendo o consumidor contra a publicidade enganosa e abusiva, equilibrando assim as relações de consumo. Qual balanço o dr. faz desses 30 anos?

DPG: Atualmente quase tudo está relacionado ao consumo - saúde, habitação, alimentação, vestuário, transporte, educação, segurança. Existem em média 170 milhões de consumidores em nosso país, gerando diariamente outros tantos milhões de relações de consumo, e o Código de Defesa do Consumidor se tornou a ferramenta de defesa contra os abusos por vezes ocorridos nessa relação. Em que pese o desenvolvimento da norma tenha ocorrido em momento anterior à popularização da internet e o crescimento do comércio online, a aplicação e interpretação do CDC foi amplamente debatida e amadurecida nesses últimos 30 anos, deixando claro os desafios impostos com a chegada e permanência da economia digital. Faz-se necessária, portanto, além da adaptação dos que atuam no mercado de consumo, o acompanhamento e adequação do Código de Defesa do Consumidor, amparado em princípios já previstos, às demandas da sociedade moderna. As compras pela internet aumentaram drasticamente com o passar dos anos, principalmente durante a pandemia. O Código defende o consumidor em compras online ou ainda precisa avançar nesse sentido?

DPG: O comércio online e seu consequente crescimento frente à pandemia pelo novo coronavírus aponta para a clara necessidade de maior proteção do(a) "novo(a) consumidor(a)" do século XXI. Alguns direitos básicos do(a) consumidor(a) dispostos no CDC foram fixados através do decreto 7.962, de 15 de março de 2013, para o comércio eletrônico, porém, diante da impossibilidade de

criar direitos e obrigações não previstos em lei, referido Decreto não atualizou aspectos ainda conflituosos nas relações de consumo online. Assim, o Projeto de Lei do Senado nº 281/12, atualmente aguardando votação na Câmara dos Deputados, cria uma nova seção no Código de Defesa do Consumidor para tratar do comércio eletrônico, e portanto, espera-se com sua aprovação, ainda que atualmente o CDC seja aplicável às questões pertinentes ao comércio eletrônico, o avanço na proteção da relação de consumo online. Hoje em dia, o que mais vemos é a divulgação de produtos acompanhada do famoso "valor inbox". Isso é certo?

DPG: A Lei nº 13.543/2017 regula as condições de informação do preço de bens e serviços ao consumidor no comércio eletrônico, e dispõe em seu artigo 2º sobre a obrigatoriedade de divulgação ostensiva do preço à vista, junto à imagem do produto ou descrição do serviço, em caracteres facilmente legíveis com tamanho de fonte não inferior a doze. Assim, referida lei de divulgação de preços no e-commerce tem por objetivo o conhecimento pelo consumidor de quanto a loja está cobrando pelo produto ou serviço com facilidade, sem a necessidade de entrar em contato com um representante da marca ou buscar novas maneiras de saber os preços, não se mostrando correto, portanto, o famoso "valor inbox" disposto em contas comerciais alocadas em plataformas de venda como o Instagram, por exemplo.