

ENSINANDO O CONSUMIDOR A REAGIR, EXIGINDO A QUALIDADE DO PRODUTO

ANTONIO JOAQUIM SCHELLENBERGER FERNANDES*

Membro do Ministério Público do Estado de Minas Gerais

EXCERTOS

“O comércio eletrônico amplia as situações em que o consumidor é impedido de manusear o produto no momento da compra, avaliando a qualidade com seus sentidos, e a situação se complica ainda mais quando a responsabilidade pela entrega do produto – pela tradição – é transferida a um terceiro e o pagamento envolve ainda outros intermediários”

“No Código do Consumidor, embora o prazo em si não tenha sido muito ampliado – trinta dias para produtos duráveis e noventa dias para não duráveis – o termo inicial do prazo, no caso de vícios ocultos, é o momento em que ficar evidenciado o defeito”

“A busca de um ponto de inflexão passa pela melhor compreensão do conceito de dignidade. Da autonomia do consumidor, que deve ser capaz de dizer não ao abuso, não à exploração, não a todas as formas de opressão no mercado”

Aparentemente, no que diz respeito à garantia dos bens de consumo no Brasil, nada de novo se apresenta. Em 1990, o Código de Defesa do Consumidor introduziu novidades ao substituir o sistema do Código Civil, que girava em torno dos vícios redibitórios, pela chamada *teoria da qualidade*, com a definição de responsabilidade pelo fato do produto (arts. 8º a 17) e da responsabilidade pelo vício do produto (arts. 18 a 25). No plano normativo, a mudança foi expressiva, rompendo com um modelo forjado para uma sociedade pré-industrial, com mercado incipiente e raros consumidores (no sentido que hoje se atribui a este termo). Na prática, as mudanças demoram a acontecer. Decorridos mais de 25 anos desde a vigência da nova lei, persiste a cultura da irresponsabilidade. O fornecedor raramente cumpre espontaneamente a obrigação de garantia e o consumidor não se dispõe a exigir seu direito.

Basta uma visita a um Procon, associação de consumidores ou órgão equivalente, em qualquer parte do Brasil, em grandes e pequenas cidades, para que se constate a persistência da cultura do abuso, da irresponsabilidade, do descaso com a qualidade do produto e as garantias do comprador. Tem razão o professor Mário Frota quando reafirma, sempre, a prioridade absoluta da formação, também identificada como educação para o consumo, nas políticas de proteção ao consumidor. A lei arrola garantias mas o consumidor tem dificuldades para exigir seu direito e o fornecedor age de forma arrogante e irresponsável, resistindo à pretensão redibitória.

O comércio eletrônico amplia as situações em que o consumidor é impedido de manusear o produto no momento da compra, avaliando a qualidade com seus sentidos, e a situação se complica ainda mais quando a responsabilidade pela entrega do produto – pela tradição – é transferida a um terceiro e o pagamento envolve ainda outros intermediários. A título de exemplo, um relato pessoal: contratei, com uma grande distribuidora, a compra de caixas de som, de marca conhecida mundialmente. Antes da entrega, um vizinho me relatou ter visto caixas, com meu nome, em um restaurante próximo de minha residência. Fui até lá e constatei que o objeto de minha compra estava ali porque as caixas caíram do caminhão do Correio e foram guardadas. O Correio foi avisado e se comprometeu a recolher. Aguardei alguns

dias e, afinal, quando finalmente chegaram até minha casa, com as caixas, indaguei se a queda do caminhão e o extravio das caixas fora registrado. Em face da resposta negativa, não recebi o produto, e entrei em contato com o fabricante. A devolução do dinheiro, sem correção, ocorreu três meses depois.

O objetivo dessas linhas, se aparentemente inexistente grande novidade na matéria, é refletir sobre a necessidade de preparar o consumidor para dizer não. Para confrontar o fornecedor, exigindo qualidade. Trata-se de um imperativo ético, alocado sobre a noção de dignidade que está presente nos tratados de direitos humanos, nas constituições, que a colocam na base dos direitos fundamentais, e na legislação que protege o consumidor. No Brasil, é o art. 4º do CDC que prescreve como objetivo primeiro o atendimento às necessidades do consumidor e o respeito à sua dignidade.

E o que é dignidade, senão a capacidade de reagir, a capacidade de dizer não, a capacidade de se opor à exploração? Trabalhar com a formação do consumidor, em uma cultura que sistematicamente lhe nega o acesso aos direitos, exige mais que a simples informação a respeito dos direitos e a criação de mecanismos institucionais para a sua realização; o primeiro passo é criação de uma disposição para dizer “não”, naquele que ocupa a posição de consumidor.

Com esta finalidade, vamos revisar brevemente o modelo de garantias do comprador vigente no Brasil, sua origem e características, passando em seguida à crítica de uma realidade que teima em negligenciar o cumprimento da lei, violar a ética e negar a dignidade do consumidor.

Problema complexo

Na legislação civil vigente durante as décadas anteriores ao Código do Consumidor, o direito brasileiro separava responsabilidade contratual e extracontratual, assentando aquela, principalmente, no milenar instituto que garantia a redibição. Sendo o propósito deste breve ensaio apenas a ênfase nos aspectos culturais que determinam a necessidade de formação e informação do consumidor, restringe-se a retrospectiva e a análise da legislação vigente aos dispositivos que

tratam dos vícios redibitórios, na legislação civil, e à responsabilidade pelo vício do produto, no Código do Consumidor.

Redibir, conforme a definição de Francisco Fernandes, significa “tornar a vender ao vendedor (a coisa defeituosa que se comprou sem declaração prévia)”¹. Assim, a redibição, propriamente dita, consiste na devolução do produto ao vendedor, com a restituição do preço pago. O Código Beviláqua, vigente no Brasil a partir de 1916, dispunha que “a coisa recebida em virtude de contrato comutativo” poderia “ser enjeitada por vícios ou defeitos ocultos”, condicionando tal possibilidade à apreciação da gravidade do vício, que deveria tornar a coisa imprópria ao uso a que é destinada ou lhe diminua o valor (art. 1.101). Além da redibição, o sistema previa, como opção satisfativa, o abatimento do preço (art. 1.105). Hoje, são várias as opções satisfativas e, no sistema do Código do Consumidor, a reparação deve ser integral, ou seja, sempre é devida a satisfação por perdas e danos.

Foi sob a vigência do Código Beviláqua que entrou em vigor o novo sistema, estabelecido no Código do Consumidor. O Código Civil brasileiro somente foi renovado em 2002, com a introdução de outras mudanças na responsabilidade por vícios redibitórios em contratos civis. No contrato de consumo, porém, segue valendo o disposto no Código do Consumidor.

As mudanças introduzidas no Código do Consumidor decorrem de uma série de causas. O modelo do Código Beviláqua atendia aos interesses dos fornecedores que, ao lograr a limitação de sua responsabilidade por meio da redução das hipóteses de redibição e à fixação de reduzidíssimo prazo prescricional (quinze dias para bens móveis, seis meses para imóveis), abstinham-se de introduzir o custo da garantia em seus produtos, ampliando os lucros e, conseqüentemente, a acumulação de capital. O sistema transferia quase integralmente para o consumidor todo o custo decorrente da falta de qualidade.

Com o passar do tempo, cada vez mais, o sistema do Código Civil mostrou-se inadequado para a solução dos novos problemas, do aumento da quantidade de danos causados por produtos produzidos em série (produção em massa e dano em massa); da dificuldade de identificar culpados na cadeia de fornecimento (matéria-prima, fabricação, montagem, transporte, distribuição etc.); da repetição de

danos da mesma espécie; da crescente complexidade introduzida nas cadeias produtivas; da comunicação de massa, com o incremento da publicidade e dos meios de afetar a vontade do consumidor.

Entre as principais mudanças estabelecidas pelo Código do Consumidor brasileiro destaca-se a expansão subjetiva da responsabilidade do fornecedor. No sistema anterior, um dos princípios que orientava a teoria contratual era a chamada relatividade das convenções. No direito relativo, vinculavam-se duas pessoas certas. Com a evolução das redes de distribuição surgiu a necessidade de ruptura da relatividade das convenções e a regra passa a ser a solidariedade. Assim, cabe ao consumidor a escolha daquele a quem pretende responsabilizar: o fornecedor imediato, os intermediários, os fabricantes (que podem ser muitos, atrelados a uma montadora) ou o dono da marca (que nem sempre é o fabricante).

Pouco a pouco, a matéria ganha autonomia teórica, com a superação da divisão entre responsabilidade contratual e extracontratual, a definição de um sistema próprio de prescrição e decadência e a irrelevância da separação entre obrigação de meio e a obrigação de resultado porque o “fazer” não é mera diligência, senão expectativa criada.

Um novo modelo

Os autores do anteprojeto do Código do Consumidor ponderaram, para a definição do modelo de responsabilidade do fornecedor pelo vício do produto, um rol de deficiências jurídicas e de deficiências fáticas no sistema anterior. O ministro Antonio Herman Benjamin, do Superior Tribunal de Justiça, foi um dos autores do referido anteprojeto e, conforme sua primeira leitura, contemporânea ao início da vigência do Código, as principais deficiências jurídicas foram determinantes para a fixação de um novo modelo. Assim, a partir da comparação entre a garantia do comprador em relação a vícios redibitórios prevista no Código Beviláqua e a garantia prevista no Código do Consumidor, é possível melhor compreender o sentido e o alcance das regras estabelecidas no art. 18 da Lei 8.078, de 1990.

Uma primeira diferença, de suma importância, é a ampliação do rol de alternativas satisfativas. Além da redibição e do abatimento proporcional do preço, o consumidor pode exigir a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso. Também é possível, em alguns casos, a substituição das partes viciadas no prazo de 30 dias.

No sistema anterior, figurava como titular do direito apenas o contratante, ou seja, aquele que figurou como parte do contrato, e, o que é ainda mais restritivo, apenas de algumas espécies de contrato. É o que se extrai da interpretação literal do art.

1.101 daquele Código, que expressamente se refere a contrato comutativo, isto é, aquele no qual as prestações são certas, previamente determinadas. A definição se aperfeiçoa com a oposição que se faz dos contratos comutativos aos contratos aleatórios: aqueles nos quais a prestação de uma das partes depende da álea, depende da sorte, como acontece nos contratos de seguro e nas loterias e apostas. Assim, a rigor, alguém que adquirisse o bem por meio de sorteio não teria direito à redibição – aliás, nesse caso, a redibição propriamente dita seria prejudicial ao consumidor, que não teria pago pelo bem o correspondente a seu valor. A simples restituição do efetivo valor pago resultaria na subtração da vantagem obtida com o sucesso no sorteio.

No Código do Consumidor inexistente limitação. Aquele que adquiriu o bem, mesmo que não tenha figurado como parte no contrato celebrado com o fornecedor, pode reclamar o vício de qualidade. Trata-se de um aspecto da mencionada expansão subjetiva da responsabilidade do fornecedor, que, como se observa em relação a este ponto, não se limita à regra da responsabilidade solidária mas, uma vez superada a limitação imposta pelo princípio da relatividade das convenções, afasta a limitação do vínculo contratual dos requisitos necessários à definição de responsabilidade.

Outro problema identificado no sistema anterior consiste na exiguidade dos prazos assinados para a formulação da reclamação.

Entre as principais mudanças estabelecidas pelo Código do Consumidor brasileiro destaca-se a expansão subjetiva da responsabilidade do fornecedor

Eram apenas quinze dias para produtos móveis e seis meses para imóveis. No Código do Consumidor, embora o prazo em si não tenha sido muito ampliado – trinta dias para produtos duráveis e noventa dias para não duráveis –, o termo inicial do prazo, no caso de vícios ocultos, é o momento em que ficar evidenciado o defeito. O sistema anterior somente protegia o comprador em caso de vícios ocultos, pressupondo que o adquirente deveria inspecionar o produto no momento da tradição e, eventualmente, exercer o direito de recusa. Hoje, mesmo que o consumidor declare ter inspecionado o produto, como exigem algumas lojas, o fornecedor é responsável por vícios aparentes e de fácil constatação, observados logo após a compra.

Sob a perspectiva do fornecedor, a noção de respeito ao consumidor ainda parece distante, incompreendida

Além disso, um aspecto importante, que parece não ser conhecido pelo consumidor (o qual, diga-se, raramente exerce formalmente o direito de recusa ou exige a imediata substituição do produto), o Código do Consumidor garante a satisfação imediata de sua necessidade quando, “em razão da extensão do vício,

a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial”. Nesses casos o fornecedor não conta com o prazo de 30 dias para sanar o vício e deve atender imediatamente a pretensão do consumidor. Esse ponto, embora aparentemente de fácil compreensão e objeto de interpretação unívoca, encontra-se entre aqueles que enfrenta a maior barreira cultural. É comum a resistência do fornecedor, o qual se recusa a satisfazer imediatamente à pretensão do consumidor e, por outro lado, falta a muitos consumidores a disposição para exigir a solução imediata.

Ainda quanto aos prazos, importante inovação se deu em relação à garantia de durabilidade. No sistema anterior arrolavam-se, sucintamente, os prazos de quinze dias para bens móveis e seis meses para imóveis, desconsiderando-se que a durabilidade dos produtos varia muito e, não obstante isso, deve ser garantida. No sistema atual, a distinção entre produtos duráveis e não duráveis, nas regras

sobre prescrição, e a disciplina da garantia contratual – no art. 50 –, em interpretação sistemática, dão maior elasticidade à interpretação, permitindo que o caso concreto interfira no reconhecimento do direito. Cabe ao juiz definir, sendo o produto durável, o termo inicial do prazo prescricional de um vício oculto e, neste caso, a garantia contratual será imprescindível para a ponderação da responsabilidade.

Questão relevante é a definição de vício, e, conseqüentemente, a identificação dos vícios que ensejam direito à redibição e às correspondentes alternativas satisfativas. No sistema do Código Beviláqua somente os vícios graves – assim entendidos os que geravam desvalorização do produto ou o tornavam impróprio ao uso – geravam o nascimento do direito potestativo à redibição. O Código do Consumidor amplia este rol. Agora a garantia abrange também os vícios de quantidade e aqueles decorrentes de disparidade informativa, ou seja, é considerado com vício aquele produto que não atende à expectativa criada pelas indicações constantes no recipiente, na embalagem, na rotulagem ou na mensagem publicitária. O produto que não atende à expectativa criada é defeituoso.

Ponto de inflexão

Um quarto de século após o início da vigência do Código do Consumidor brasileiro, as deficiências fáticas do sistema persistem. Embora tenham sido ampliadas as possibilidades de acesso ao Judiciário, com a implementação de juizados especiais, e a rede de Procons estaduais e municipais, são muitas as situações em que o consumidor permanece privado de seus direitos. O grande volume de reclamações registradas demonstra que não ocorreu ainda a necessária inflexão cultural e muitos fornecedores – grandes e pequenos – mantêm as velhas práticas, dificultando a satisfação do direito do consumidor.

Além disso, a falta de uma política de relações de consumo, tanto na União quanto nos estados e municípios, redundando na precária execução dos poucos programas de formação e informação do consumidor mantidos por órgãos públicos e privados de defesa do consumidor. O movimento inicial, do começo da década de 1990, quando entrou em vigor o Código do Consumidor, parecia apontar para uma grande

mudança cultural. Muitos interpretaram o aumento das reclamações nos Procons como um sinal de cidadania, um indicativo de que o brasileiro estava disposto a dizer não aos abusos. Infelizmente, não é o que se observa no mercado de consumo.

Sob a perspectiva do fornecedor, a noção de respeito ao consumidor ainda parece distante, incompreendida. Nefastos estereótipos naturalizados, como o que é conivente com os exageros de uma “conversa de vendedor”, tornam a coletividade extremamente permissiva em relação a abusos na comunicação publicitária e, individualmente, persiste a dificuldade para dizer não.

A busca de um ponto de inflexão passa pela melhor compreensão do conceito de dignidade, da autonomia do consumidor, que deve ser capaz de dizer não ao abuso, não à exploração, não a todas as formas de opressão no mercado. A garantia de produtos e serviços que atendam às necessidades do consumidor com padrões adequados de qualidade, durabilidade e preço, é direito básico. Direito à dignidade.

Notas

- * Antonio Joaquim Schellenberger Fernandes. Membro do Ministério Público do Estado de Minas Gerais. Mestre em Direito Econômico pela Universidade Federal de Minas Gerais. Doutor em Direitos Humanos, Interculturalidade e Desenvolvimento pela Universidade Pablo de Olavide – Sevilha – Espanha.
- 1. FERNANDES, Francisco. *Dicionário de verbos e regimes*. 4. ed. Rio de Janeiro: Globo, 1963.