



É preciso evitar exageros na aplicação do Direito do Consumidor

02/06/2009

Na madrugada do dia 20 de maio deste ano, pelo período de 10 minutos, os consumidores que navegavam pelo site da empresa FNAC se depararam com ofertas de vários produtos a preços extremamente baixos, dentre os quais podemos citar o caso de TVs LCD ao impressionante preço de R\$ 9,90.

Várias pessoas que foram avisadas de tal preço acessaram o site e começaram a efetuar várias compras dos referidos produtos, até o momento que a empresa retirou o anúncio do ar e posteriormente informou que se tratava de um erro técnico e que diante disso as compras seriam canceladas e os valores pagos pelos consumidores seriam estornados imediatamente.

Tal caso foi amplamente noticiado pela mídia nacional, sendo objeto de várias especulações, o que incentivou vários consumidores que tiveram suas compras canceladas a buscarem os órgãos de proteção do consumidor no intuito de que a oferta fosse cumprida pela empresa. Em suas alegações, tais consumidores se baseavam no que dispõe o Código de Defesa do Consumidor sobre a vinculação da oferta.

Algumas instituições civis de defesa do consumidor se manifestaram favoravelmente no sentido da obrigação da empresa cumprir com o ofertado em seu site, alegando ainda que mesmo na hipótese de erro técnico que tal ônus deve ser suportado pela empresa, pelo risco de sua atividade desenvolvida, protegendo os consumidores de uma possível prática abusiva cometida pela empresa.

Com a devida vênia, não concordo com este posicionamento. O CDC foi criado com o intuito de equilibrar as relações entre fornecedores e consumidores, porém o Direito do Consumidor foi todo estruturado com base em vários princípios dentre os quais temos o da Boa Fé e o da Equidade, que são os pilares de qualquer relação jurídica e que devem ser respeitados tanto pelos fornecedores quanto pelos consumidores.

Da simples análise dos fatos chegamos à conclusão de que um consumidor que exige o cumprimento forçado desta oferta em momento algum está agindo com a Boa Fé necessária para que possa perfazer o contrato entre as partes.

No caso em tela chegamos ao cúmulo do aparelho de TV de LCD ser vendido a um preço que corresponde cerca menos de 1% do valor comercialmente aplicado no mercado, o que pode ser constatado facilmente em qualquer loja do ramo. O valor anunciado para o produto é tão vil que possivelmente este mesmo consumidor conseguiria apenas comprar um controle remoto “pirateado” da referida TV.

Sobre este tema já manifestou o desembargador do TJ-SP e grande doutrinador consumerista Rizzatto Nunes “ (...) *pode o fornecedor recusar a oferta, porque o erro é grosseiro, flagrante. A*

oferta é evidentemente falha, contrariando qualquer padrão regular e usual do preço de venda do produto daquele tipo.”

E por incrível que pareça o exemplo dado na sequência por este doutrinador era exatamente de uma TV de R\$ 500 anunciada equivocadamente por R\$ 5. Neste sentido ele ainda reitera:

Dois dos princípios sobre os quais está fundada a relação jurídica de consumo são a boa-fé e o equilíbrio. Eles são pressupostos de toda relação estabelecida. Seria impossível propugnar por uma relação jurídica, como a do exemplo da oferta de TV por apenas R\$ 5, na qual o bom senso não imperasse e se quisesse fundá-la nos princípios da boa-fé e do equilíbrio. (RIZZATTO NUNES, Curso de direito do consumidor, 2005, p.392)

Assim, podemos afirmar que pelo fato da relação firmada anteriormente não ter sido revestida com a observância ao respeito de princípios básicos do CDC, esta não pode ser aceita como válida, possibilitando assim o direito do fornecedor a negar seu cumprimento. O Princípio da Vinculação da oferta deve ser aplicado em casos em que claramente observamos que o fornecedor induz o consumidor ao erro, ou se utilizada de artifícios de marketing com o intuito de depois se eximir de obrigações que são totalmente exigíveis. O que não observamos em momento algum neste caso.

Temos aqui um caso de mitigação ao princípio da vinculação da oferta o que é totalmente plausível nestes casos em que resta clara e evidente a ausência de boa fé e equidade. Devemos assim concluir que o CDC não pode ser tratado como a tirania dos consumidores face aos fornecedores. Devemos sim analisar as peculiaridades de cada caso para evitar que esse direito seja mal utilizado, evitando-se exageros e abusos cometidos por seus tutelados principalmente quando estes buscam vantagens manifestadamente excessivas, o que com certeza acarretará em prejuízo a toda coletividade.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2009-jun-02/preciso-evitar-exageros-aplicacao-direito-consumidor/>