

DIREITOS E DEVERES NAS RELAÇÕES DE CONSUMO E NOÇÕES DE DIREITO DO CONSUMIDOR NO PROJETO BIOTEMAS

Autores: TARCÍSIO RAIMUNDO BENFICA NETO, SAMUEL WAIRAN TEIXEIRA SILVA BRITO, THIAGO VITOR RAMOS FREIRE, IZABEL DAS VIRGENS SANTOS, LEANDRO LUCIANO SILVA

Introdução

Este trabalho resulta de nossa experiência na ministração de um minicurso oferecido a alunos do ensino médio da Escola Estadual Professor Hamilton Lopes, dentro da programação do Biotemas 2017, projeto de extensão promovido pela Universidade Estadual de Montes Claros – UNIMONTES, junto a escolas públicas do município de Montes Claros, Minas Gerais.

Nosso minicurso consistiu na apresentação de um recorte que fizemos da Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, que instituiu o Código de Defesa do Consumidor (CDC). A esse recorte chamamos, em nossa apresentação, de “principais direitos e deveres do consumidor”, visando proporcionar aos alunos do ensino médio uma noção acerca dos direitos que lhes assistem nas relações de consumo cotidianas.

As relações comerciais estão presentes na vida humana desde seus primórdios, seja em sua forma mais primitiva, o escambo, até a invenção da moeda, que, na sua apresentação mais moderna, pode não passar de um bem virtual, através da utilização de altas tecnologias como a rede mundial de computadores e os cartões magnéticos como meio de pagamento.

A moeda no padrão atual resulta de longa evolução histórica do comércio. Anterior à moeda, o escambo consiste na troca de mercadorias ou serviços entre indivíduos ou grupos humanos. Dadas as possíveis e prováveis desproporcionalidades entre os valores de um serviço ou mercadoria trocados entre si no escambo, é que o homem, no intuito de suplantar-las, criou a moeda – entendida aqui como coisa de valor igual para todos, sinônima de dinheiro, ensejadora da precificação. A moeda passou a consistir em um ativo capaz de solver débitos de forma instantânea, pois é dotada de aceitabilidade geral e disponibilidade imediata, conferindo a seu titular um direito de saque sobre produtos da vida comercial e social.

A partir da moeda, ou dinheiro, foi possível dar preço às coisas, mercadorias e serviços. Todavia, o advento do dinheiro não isentou as relações comerciais de possíveis atritos e conflitos entre seus atores. Seja através do escambo ou do comércio mediado pela moeda, as relações comerciais sempre ensejaram uma gama de conflitos que interessam ao Estado.

Andrade *et alii*, 2017, p. 412, ensina que:

Desde o Código de Hamurabi já se responsabilizava o construtor na hipótese de erro de projeto que causasse algum dano estrutural, obrigando-o a sanar o defeito às suas próprias expensas.

O Código de Manu, vigente na Índia, também previa punição para aqueles que adulterassem gêneros ou entregassem coisa de espécie inferior à acertada.

Na Grécia antiga, igualmente, os compradores eram protegidos tanto dos preços abusivos como na adulteração das mercadorias por parte de comerciantes inescrupulosos.

Como se percebe dessas codificações, as relações comerciais sempre foram permeadas pelo conflito de interesses. O Estado, por sua vez, sempre atuou de maneira a disciplinar e moralizar tais relações, em um processo que, como observado, inicia-se na antiguidade e culmina no moderno direito do consumidor.

Conforme a lição de Andrade *et alii*, 2017, o direito do consumidor – e não o direito de consumo, como na França e Itália – é uma criação brasileira, com fulcro na Constituição de 1988. A ideia do legislador brasileiro é dar efetiva proteção ao consumidor. O enfoque, portanto, é subjetivo. Outros sistemas jurídicos, que não o brasileiro, regulam mais o ato de consumo; tendo a lei, nesses casos, enfoque objetivo.

O Direito do Consumidor é um reflexo das mudanças sociais e econômicas nos mercados de produção, distribuição e de consumo.

Se o ato de consumo sempre acompanhou o ser humano, a sociedade de consumo por sua vez, pode ser considerada como um fenômeno relativamente recente. Sua origem remonta ao final do século XIX, e ganhou força durante o século XX, em decorrência das diversas evoluções tecnológicas no processo de produção de bens de consumo.

A partir da revolução industrial, que promoveu a massificação dos regimes de produção, distribuição e consumo, a sociedade se viu dividida em dois grandes grupos: o dos fornecedores (controladores dos bens de produção) e o dos consumidores (que, por não controlarem os bens de produção, se submetem ao poder econômico do primeiro grupo) (ANDRADE, et alii, 2017, p. 413).

Os autores ainda mencionam que, da divisão verificada na sociedade em fornecedores e consumidores, restou instalado um acentuado desequilíbrio. É com olhos postos na vulnerabilidade do consumidor que o direito buscou estabelecer igualdade material entre as partes nas relações de consumo, reforçando a posição do consumidor e proibindo ou limitando certas práticas de mercado.

Material e métodos

O objetivo do minicurso foi apresentar aos alunos do Ensino Médio da Escola Estadual Hamilton Lopes, as possibilidades de se insurgirem contra os abusos praticados por fornecedores de bens e prestadores de serviços nas relações de consumo, apresentando como fundamento o CDC. Para atender ao objetivo proposto, optou-se pela aula expositiva e dialogada, valorizando especialmente a participação dos alunos da Escola Estadual Hamilton Lopes, e, a partir da realidade dos alunos (os casos vividos pelos alunos, seus parentes e amigos), foram apresentadas as possíveis soluções previstas na legislação consumerista. A execução da oficina foi precedida de reuniões entre os autores que se propuseram a realizar o levantamento dos principais pontos de desconhecimentos da população sobre as relações de consumo e que poderiam ser abordados pelos alunos. Cada um dos autores preparou um roteiro que abordou o conteúdo teórico apresentado. Introdução sobre o CDC e órgãos de defesa; principais direitos e deveres do consumidor, a importância das informações dos produtos e serviços, constantes em embalagens e anúncios. Ao final da oficina os alunos participantes foram provocados a externar a compreensão do que foi discutido na oficina, através de desafio de perguntas e respostas com premiação simbólica.

Resultados e discussão

Nosso trabalho no Projeto Biotemas pautou-se no objetivo de conscientizar os alunos participantes do minicurso que são eles indivíduos dotados de direitos. Em 01/09/2017, das 13 às 17 horas, nas dependências da Escola Estadual Professor Hamilton Lopes, ministramos o minicurso intitulado “As relações de consumo: direitos e deveres”, para um público formado por 60 alunos do Ensino Médio. Buscou-se apresentar aos alunos as possibilidades de insurgirem-se contra abusos praticados por fornecedores de bens e prestadores de serviços nas relações de consumo, apresentando como fundamento o Código de Defesa do Consumidor (CDC), Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Dada a natureza do evento, que torna o tempo exíguo para uma abordagem aprofundada do tema, dividimos o minicurso em três momentos: a) introdução ao tema; b) direitos do consumidor; c) dinâmica de conclusão.

Na introdução do minicurso, apresentamos aos alunos uma breve digressão histórica das relações comerciais, com sua origem no escambo até as formas atuais de mercado, em que as transações são mediadas por meios eletrônicos, tais como a internet e os cartões magnéticos. A este primeiro momento buscamos dar a maior objetividade possível, a fim de evitar a dispersão pela monotonia de uma exposição oral delongada.



No segundo momento do minicurso, passou-se, de forma dialogada, a levar para o debate problemas experimentados nas relações comerciais. Os alunos foram provocados por perguntas sobre seu cotidiano de consumo. Tal estratégia se mostrou bastante profícua, uma vez que vários alunos disputaram pela palavra, a fim de relatar algum “problema” de consumo que enfrentaram, ou que alguém próximo já o vivenciara.

A partir daquilo que foi trazido pelos próprios alunos, o grupo conduziu a apresentação do que fora previamente selecionado por nós como sendo os principais direitos dos consumidores – isto é, o recorte que fizemos dentro dos numerosos aspectos da Lei 8.078/90 que poderiam ser abordados. Foram selecionados por nós: o direito de troca de produtos; o direito de arrependimento; a proteção contra cobrança indevida; a proteção contra propaganda enganosa; a proibição ao fornecedor de promover a chamada venda casada; e a proteção contra a cobrança de taxas e valores abusivos.

Conclusão

Com a realização da oficina/minicurso, “As relações de consumo: direitos e deveres”, observou-se que a população que compõem o ensino médio tem muito interesse em informações relacionadas às relações de consumo, seja porque já vivenciaram situações que demandassem tal conhecimento ou porque ocorreram episódios com familiares, amigos e vizinhos.

Conclui-se que o entusiasmo dos alunos do Ensino Médio da Escola Estadual em relação ao conteúdo trabalhado na oficina “As relações de consumo: direitos e deveres”, em certa medida, certifica o Biotemas como uma ação institucional de grande importância para a comunidade onde a Universidade Estadual de Montes Claros-UNIMONTES, está inserida. Além disso, demonstra que Curso de Direito ao fazer parte do Biotemas, contribui para a formação de um cidadão mais crítico e atuante no contexto social e político, municiando o sujeito para o exercício de uma cidadania de mais alta intensidade.

Agradecimentos

Agradecemos à escola Estadual Professor Hamilton Lopes, funcionários e alunos, por tão bem nos receber e nos proporcionar um espaço para o debate sadio e a sempre enriquecedora troca de ideias com os adolescentes.

Referências bibliográficas

ANDRADE, Adriano. et al. **Interesses difusos e coletivos esquematizado**. São Paulo: Método, 2017.

BRASIL. **Lei n. 8.078**, de 11 de setembro de 1990.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Origem e Evolução do Dinheiro**. Disponível em: . Acesso em: 30 set. 2017.

TOMAZETTE, Marlon. **Curso de direito empresarial: títulos de crédito**. São Paulo: Atlas, 2016.