

Curitiba, segunda-feira, 13 de abril de 1992.

Código do Consumidor: benção ou castigo?

Margareth Zanardini

Através de um anúncio classificado um cidadão vai a uma pequena loja de automóveis e compra um veículo, usado, 1985, no valor de quatro milhões. De entrada, dá um carro antigo, com defeitos de mecânica e lataria. Após duas semanas volta à loja, alega que o motor não está bom e diz ao comerciante que deseja que este lhe forneça um motor novo, de concessionária (cujo custo é metade do automóvel) sob pena de ir à delegacia denunciá-lo por crime contra o consumidor e noticiar o fato na imprensa com base nos artigos 66 e 67 da lei que alberga sua pretensão.

Em verdade a Lei 8078/90 que aniversaria este mês veio para defender o consumidor brasileiro lhe concedendo uma série de benefícios, salvando-o dos empresários e prestadores de serviço desonestos, como

toda obra humana é falível, às vezes no tocante à execução. Apesar de dar caráter de ilícito penal a alguns fatos graves cujos tipos são normas em branco (necessitam de complementação legal ou extra legal) como os que tratam da nocividade e periculosidade de produtos (arts 63 a 65) protegendo efetivamente o consumidor, também descreve algumas condutas que dão às pessoas de má fé a oportunidade de agir como no fato narrado acima.

Ora, os artigos 66 e 67 do Código do Consumidor embora mais abrangentes, repetem o estabelecido pela Lei de Crimes contra Ordem Tributária e Relações de Consumo (8137 de 27 de dezembro de 1990). Observe-se que estatuem os primeiros: art. 66 - Fazer afirmação falsa ou enganosa, ou omitir informação relevante sobre a natureza, característica, qualida-

de, quantidade, segurança, desempenho, durabilidade, preço ou garantia de produtos ou serviços. Art. 67 fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa. Pena: três meses a um ano de detenção.

O art. 6º Inciso VII da outra lei, que entrou em vigor três meses antes do Código do Consumidor e cuja pena é de 2 a 5 anos de reclusão para os mesmos fatos estatui: "Induzir o consumidor ou usuário em erro, por via de indicação ou afirmação falsa ou enganosa sobre a natureza, qualidade de bem ou serviço, utilizando-se de qualquer meio, inclusive a veiculação ou divulgação publicitária".

Em ambos os casos, bem como nos outros tipos penais fica claro que o que se deseja é sempre o bem estar do consumi-

dor, sua incolumidade física, financeira e até moral. A resposta à necessidade de proteção de que até então ele, desvalido, clamava.

Mas uma lei de Primeiro Mundo deveria encontrar destinatários à altura no que tange aos princípios morais pois o que as vezes tem ocorrido é que pessoas mal intencionadas tentam utilizar-se dos tipos penais do Código do Consumidor para auferir vantagens ilícitas, ameaçando empresários, comerciantes e prestadores de serviço com a instauração de um inquérito policial.

Esquecem-se eles que existe no Código Penal o crime de extorsão, artigo 157, que reza: Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, e com intuito de obter para si ou para outrem indevida vantagem econômica a fazer, tolerar que

se faça ou deixar de fazer alguma coisa. Pena: reclusão de quatro a dez anos. A divulgação desta norma é importante especialmente no que tange ao fator "grave ameaça" pois a promessa de instauração de uma injusta peça investigatória a uma pessoa que não deseje ver maculado seu nome é mal sério e verossímil. O comportamento de alguém que deseje tirar vantagem da norma do Código do Consumidor pode constituir desde o crime de ameaça (art. 147 do Código Penal), denúncia caluniosa (art. 339 do CP - dar causa à instauração de investigação policial ou de processo judicial contra alguém, imputando-lhe crime de que o sabe inocente) até a própria extorsão ou tentativa.

Infelizmente alguns fornecedores se curvam a imposições absurdas para evitar o confronto, o que, em verdade nos pare-

ce decisão incorreta por criar maus precedentes e incrementar a má utilização da lei.

É importante assim maior conscientização de que o espírito deste Código é o de ser um anjo da guarda do consumidor sem que isso signifique transformar-se em demônio para infernizar os fornecedores. Os crimes descritos são aconchego para os injustiçados e não tridente agressor aos que trabalham de forma correta.

Lembrando antigos dizeres, na época, referentes a delitos de automóvel: não faça do Código do Consumidor uma arma: a vítima pode ser você. O fornecedor deve ser processado quando não tem razão. Ao contrário, poderá ser a falsidade imolada nos incandescentes grilhões da Justiça.

(Margareth Zanardini, advogada)