

DIREITO DO CONSUMIDOR

Rhayane Barbosa da SILVA¹
Venilton Mariano dos SANTOS¹
Marcelo Lasperg de ANDRADE²

O presente trabalho tem como finalidade expor de forma clara e objetiva os direitos básicos do consumidor, citando leis que estabeleçam direitos e deveres na relação entre consumidores e fornecedores, apresentando entidades que visam garantir o cumprimento destes direitos, além de expor uma análise referente às campanhas de marketings promocionais, que muitas vezes elaboram estas propagandas televisivas ou por meio de cartazes de forma incorreta, ocasionando conflitos e desentendimentos sociais. Em 11 de setembro de 1990, foi sancionada a Lei nº 8.078, chamada de Código de Defesa do Consumidor (CDC), em vigor no Brasil desde 11 de março de 1991 que apresentou uma imensa conquista social, impedindo o abuso praticado por fornecedores e impondo regras nas relações de consumo, tendo em vista que os produtos e serviços devem conter informações claras e corretas, em língua portuguesa, em relação aos preços, características, de garantias, prazos de validades. O Código Brasileiro de Defesa do Consumidor foi criado com o intuito de disciplinar a relação entre consumidor e fornecedor, combatendo as desigualdades existentes. Deste modo, o consumidor sendo a parte mais frágil e vulnerável da relação de consumo passou a obter esta proteção. O Código de Defesa do Consumidor, em seu Art.2º, conceitua que *“Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”*. Por sua vez, O Art. 3º do Código de Defesa do Consumidor classifica o fornecedor da seguinte maneira: *Art.3º- Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços*. Destarte, podemos definir o fornecedor como toda pessoa física ou jurídica que oferece produtos ou serviços por meio de remuneração. Ressaltamos que não há necessidade do fornecedor possuir empresa ou indústria, visto que o art.3º autoriza esta condição. Conforme pesquisa realizada pelo IDEC – Instituto Brasileiro em Defesa ao Consumidor, postada em 22 de abril de 2013, apenas 13% dos consumidores conhecem muito bem seus direitos. O resultado da pesquisa resume os inúmeros casos de consumidores leigos que acabam obtendo prejuízos. Com o intuito de conscientizar o consumidor a obter conhecimento sobre seus direitos e buscar auxílio nas instituições competentes, iremos citar algumas situações verídicas que se tornaram processos, ressaltando a necessidade de exigir documentos que

¹ Discente do 3º período do curso de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz – Curitiba – PR.

Email: rhayane.barbosa@hotmail.com / veniltonsantos@yahoo.com.br

² Mestre em Direito - UFSC

comproven a compra ou a contratação de serviços, por meio de notas fiscais ou recibos.

Palavras-chave: Consumidor. Serviços. Propagandas. Conflitos

¹ Discente do 3º período do curso de Direito das Faculdades Integradas Santa Cruz – Curitiba – PR.

Email: rhayane.barbosa@hotmail.com / veniltonsantos@yahoo.com.br

² Mestre em Direito - UFSC