

# O direito a informação e as garantias contratuais e legais

*Yuri Bezerra de Oliveira\**

**SUMÁRIO:** 1 Introdução; 2 O direito a informação – 2.1 Fundamentos do dever de informar – 2.2 Conteúdo do direito a informação; 3 Aplicação do direito à informação às garantias legal e contratual; 4 Conclusão; Referências.

**RESUMO:** O presente trabalho analisa o Direito a informação aplicado às garantias legais e contratuais. No cotidiano do mercado de consumo, vê-se corriqueiramente um desrespeito generalizado aos ditames do Código de Defesa do Consumidor em relação a garantia de adequação dos produtos e serviços, em especial no que tange ao dever de informar dos fornecedores. Informações desencontradas, desconexas, falsas e de difícil compreensão são comuns nos termos de garantia. Assim, surge a necessidade de se fazer uma identificação precisa desses problemas de modo a se buscar soluções eficazes para solucioná-lo.

**Palavras-chave:** Direito à informação. Eficácia. Adequação. Garantias legal e contratual.

## 1. INTRODUÇÃO

A economia brasileira tem passado por profundas transformações nos últimos anos, impactando de

modo significativo as relações de consumo travadas pela sociedade nacional. A emergência da classe C, bem como a popularização de certos bens de consumo, tal como os eletrônicos, fizeram com que as famílias brasileiras passassem a consumir uma gama maior de produtos.

Obviamente, o aquecimento do mercado de consumo potencializou os problemas enfrentados pelos consumidores, estando entre um dos mais recorrentes a deficiência em se garantir o correto funcionamento dos produtos durante a sua vida útil. Em contrapartida, o que infelizmente tem-se observado é que os fornecedores, em desrespeito ao Código de Defesa do Consumidor, não têm prestado a devida assistência aos consumidores, deixando-os desamparados quando questionam os seus direitos diante de produtos ou serviços inadequados ao fim que se destinam.

Em um primeiro plano, nota-se que a imensa maioria dos termos de garantia são extremamente confusos, com informações desencontradas, apresentam linguagem complexa, letras pequenas e são de difícil compreensão para o leigo. Além disso, na prática faz-se uma enorme confusão entre os concei-

---

(\*) Aluno do curso de Graduação em Direito e monitor da disciplina Direito das Relações de Consumo da Universidade Federal da Bahia.

tos de garantia legal e contratual, causando entraves para que o consumidor possa exercer o seu legítimo direito de reclamar por um bem que funcione adequadamente. Percebe-se, pois, que o tão crucial direito a informação é amplamente desrespeitado na seara consumerista, prejudicando sobremaneira os já vulneráveis consumidores.

Com efeito, o direito a informação está positivado pelo Código de Defesa do Consumidor e consiste em um corolário do princípio da boa-fé objetiva, que deve se fazer presente na fase pré-contratual, contratual e pós-contratual da relação de consumo. Pois bem, é sobre a necessária observância do direito a informação no âmbito das garantias legais e contratuais que se discutirá nos próximos tópicos. Antes, todavia, imprescindível se faz uma breve análise sobre os fundamentos e os aspectos principais do dever de informar.

## 2. O DIREITO A INFORMAÇÃO

A informação consiste em um direito básico do consumidor insculpido no artigo 6º, inciso III, do Código de Defesa do Consumidor<sup>1</sup>. Mas não é só. A Constituição Federal de 1988 o erigiu a condição de Direito Fundamental do cidadão: “Art.

5º (...) XIV – é assegurado a todos o acesso a informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional”. Além disso, o próprio Direito do Consumidor encontra fundamento constitucional (Art. 5º XXXII e 170, V da Carta Magna).

É perceptível, desse modo, que inobstante estar-se diante de relações no âmbito do Direito Privado, há um forte influxo do Direito Público na disciplina, mormente porque a Constituição emanam princípios fundamentais que regem todo o microsistema consumerista.

Sobre o tema, pertinentes são as lições de Vidal Serrano e Yolanda Serrano:

Como se vê, optou o constituinte por incluir a proteção ao consumidor no elenco do art. 5º, dispositivo consagrador dos direitos e garantias fundamentais, tornando dever do Estado a sua efetivação e presumindo a posição de vulnerabilidade ocupada pelo consumidor na relação de consumo. Assim, consubstancia-se o dever do Estado em proceder a uma horizontalização da relação de consumo, ou seja, deve a atividade interventora do Estado cingir-se em propiciar a paridade entre os pólos da relação de consumo, munindo o consumidor de instrumentos de defesa dos seus direitos, contornando-o por uma verdadeira aura de proteção.<sup>2</sup>

1. **Art. 6º:** São direitos básicos do consumidor: III – a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem;

2. NUNES JR., Vidal Serrano Nunes; SERRANO, Yolanda Alves Pinto. **Código de**

Em verdade, a situação posta à lume evidencia uma faceta do fenômeno da constitucionalização do direito privado, que consiste na incorporação, pela Carta Maior, das relações jurídicas reguladas pelo Direito Civil, fazendo com que os direitos dos titulares dessas relações ganhem *status* de direito subjetivo de matriz constitucional.

Assim, verifica-se que os pilares do Direito à Informação não estão adstritos à legislação infraconstitucional, mas também na Lei Maior da República, como direito fundamental, denotando que seus efeitos não se restringem a ordem privada dos sujeitos, mas refletem significativamente no campo indisponível da cidadania ativa. O reconhecimento do direito a informação como um direito fundamental, porquanto, decorre da constatação de que o consumidor vai muito além da esfera econômica, afinal, ele é, antes de tudo, uma pessoa humana<sup>3</sup>.

## 2.1. Fundamentos do dever de informar

Toda essa importância conferida ao direito de informação do consumidor, seguramente, tem razões

de ser. A primeira delas consiste na vulnerabilidade do consumidor, que é presumidamente reconhecida pelo art. 4º do CDC.<sup>4</sup>

A vulnerabilidade consubstancia-se na desigualdade entre os contratantes e contratados da relação de consumo. O fornecedor encontra-se em um patamar superior em relação ao consumidor porque detém uma posição jurídica mais forte, possui mais informações, são especialistas ou profissionais nas atividades que desempenham, dominam a técnica de contratação e transferem os riscos e o custo do negócio para o outro, que, via de regra, é um leigo.

Evidencia-se, portanto, que as partes do contrato de consumo não se encontram em posição de igualdade, o que exige do Estado uma intervenção consistente, de modo a reequilibrar a relação contratual. Não mais perdura a ideia do Direito Civil clássico do século XIX de que basta a igualdade formal para que todos sejam iguais na sociedade, urge a necessidade de preocupar-se com a justiça protetiva e distributiva

---

### Defesa do Consumidor interpretado.

3. ed., São Paulo: Editora Saraiva, 2008, p. 02.

3. BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação:** Direito e dever nas relações de consumo. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008, p. 47.

- 
4. **Art. 4º:** A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

para que se possa alcançar igualdade de fato.

A liberdade de contratar e a autonomia da vontade, princípios basilares do Direito Civil, revelaram-se insuficientes para garantir a isonomia entre consumidor e fornecedor, afinal, o fenômeno da massificação dos contratos restringiu de sobremaneira a independência de contratar do consumidor. Sobre essa questão, interessante é a observação do doutrinador Paulo Valério Dal Pai Moraes<sup>5</sup> de que “nem sempre o valor liberdade é buscado de maneira sincera, eventualmente servindo de instrumento para consecução de outros objetivos não tão nobres como o manto que o encobre.”

Necessário se fez, então, a retomada da antiga concepção de igualdade material, originada dos ensinamentos de Aristóteles, para que admitindo-se o reconhecimento de diferenças, seja possível um tratamento desigual para os desiguais<sup>6</sup>. A superioridade do fornecedor em relação ao consumidor, portanto, justifica a intervenção do Estado nas relações de consumo, estabelecendo normas de proteção à parte mais fraca. A vulnerabilidade, pois, é fundamento não só do direito de informar, mas sim um verdadeiro

pilar do direito do consumidor, é a base de toda a sua aplicação.

A desvantagem do consumidor na relação contratual se expressa das mais diversas formas, razão pela qual pode se dizer que se trata de um fenômeno multifacetário. Cláudia Lima Marques<sup>7</sup> identifica 4 tipos de vulnerabilidade: a técnica, a jurídica, a fática e a informacional.

A primeira se revela diante do desconhecimento do consumidor a respeito do funcionamento técnico dos produtos adquiridos, em contrapartida com o fornecedor, que é um *expert* sobre o que vende. Essa situação torna propício o ludibriamento do consumidor quanto as características e funcionalidades do bem, uma vez que não dispõe de conhecimento especializado a esse respeito. Concretiza-se essa vulnerabilidade, também, em razão da vasta complexidade do mundo atual, mormente em tempos de globalização, de modo que seria descabido exigir do consumidor o conhecimento das propriedades, dos malefícios e das consequências do uso de produtos e serviços cada vez mais técnicos e sofisticados.<sup>8</sup>

A vulnerabilidade jurídica ocorre diante da não compreensão do

5. MORAES, Paulo Valério Dal Pai Moraes. **O Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade**. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, p 55.

6. MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, p. 27

7. BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, p. 87/96.

8. MORAES, Paulo Valério Dal Pai Moraes. **O Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade**. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, p. 142.

consumidor a respeito dos direitos e deveres inerentes ao contrato de consumo, tal como a incapacidade de entendimento das consequências jurídicas do negócio celebrado, bem como do impacto sobre o seu patrimônio que a avença pactuada pode lhe causar. Dessa forma, tal espécie de vulnerabilidade se faz presente na fase extrajudicial, pré-processual, bem como na fase judicial. Interessante observar que muitas vezes o consumidor não sabe sequer a que órgão se dirigir quando enfrenta um problema na seara das relações de consumo, mormente quando se trata de um indivíduo em condições econômicas menos favorecida. Absurdo, pois, seria pretender que os consumidores entendam as diversas consequências jurídicas que emanam de um instrumento contratual padronizado, comumente prolixo, de linguagem técnica e de difícil assimilação.

A vulnerabilidade fática abrange inúmeras situações concretas; corriqueira devido a força econômica do fornecedor ou da essencialidade do produto ou serviço. O idoso, por exemplo, por ter reduzido o seu discernimento, as crianças, por serem imaturas, e os portadores de necessidades especiais de saúde revelam-se especialmente vulneráveis por conta da sua debilidade física, estando mais frágeis aos perigos do mercado de consumo.

Por fim, a vulnerabilidade informacional surge em razão do déficit de informação adequada e eficaz transmitida ao consumidor.

Em verdade, a deficiência aqui não é de quantidade, mas de qualidade. O mundo atual é marcado pela comunicação rápida, em que pode se identificar, em verdade, um excesso de informação. O que falta ao consumidor é a informação precisa, clara e inteligível. A importância dela numa sociedade globalizada é tamanha que Cláudia Lima Marques<sup>9</sup> inclui essa deficiência no rol da “hipervulnerabilidade”, conceito este desenvolvido por Antônio Herman Benjamin.

Importante observação de João Batista de Almeida<sup>10</sup> é no sentido de que o consumidor brasileiro não está educado para o consumo e, em razão disso, é lesado por todos os modos e maneiras. Isso quer dizer que por mais que haja excesso informacional, o conteúdo desta não é assimilado pela população em geral, afinal inexistente qualquer política pública no sentido de conscientizar o consumidor por meio de métodos adequados e eficazes a respeito dos seus direitos e deveres no âmbito das relações de consumo.

Em conjunto com a vulnerabilidade do consumidor, a boa-fé objetiva também constitui um fundamento do direito a informação. Essa cláusula geral tem origens no direito alemão, estando expresso no Código Civil de 1900 (BGB). A boa-fé objetiva estabelece às partes uma

9. MORAES, Paulo Valério Dal Pai Moraes. **O Código de Defesa do Consumidor: O Princípio da Vulnerabilidade**. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, p. 94.

10. ALMEIDA, João Batista. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006, p. 25.

série de deveres anexos que não estão expressos na lei ou no contrato.<sup>11</sup>

Um dos elementos mais marcantes da cláusula em comento é a questão da confiança. Exige-se que as partes, em todas as fases do contrato, ajam de modo leal, sem frustrarem ou abusarem da confiança em si depositada, agindo de modo correto, fiel e em respeito às legítimas expectativas gerada no outro.

Com o estabelecimento da boa-fé objetiva como cláusula geral dos contratos, abandona-se o paradigma de que o adimplemento da obrigação restringe-se ao cumprimento do dever principal, tal como pagar o preço ou entregar a coisa. Ao lado disso, cabe a cada parte do contrato, também o cumprimento de deveres de cuidado, previdência, segurança, cooperação e informação.

O dever de informação, em especial, está intrinsecamente ligado à boa-fé. É imprescindível que o fornecedor informe ao consumidor de modo qualificado, no sentido de que a mensagem emitida seja efetivamente compreendida pelo receptor. A informação eficaz se mostra crucial em todas as fases do contrato, sendo por vezes determinante da vontade do consumidor de contratar.

Na fase pré-contratual, por exemplo, momento em que consumidor fará sua escolha, tanto em relação ao fornecedor, quanto ao

bem ou serviço, assim como doas condições do negócio, é imprescindível que o contratado esclareça de modo claro, objetivo e veraz tudo quanto for pertinente ao produto ou serviço. Caso assim não faça, estará privando o consumidor da sua liberdade de escolha, maculando a sua expressão de vontade.

Informar, na fase contratual e pós-contratual, também se revela essencial, muitas vezes até para a proteção da saúde e segurança do consumidor. É dever do fornecedor informar sobre os riscos dos produtos e serviços, bem como esclarecer a sua correta utilização, prevenindo, assim, a ocorrência de acidentes que ponham em risco a integridade física e psíquica do consumidor.

O dever de informar e de cuidado, portanto, estão entrelaçados. O primeiro acaba sendo um pressuposto do segundo, posto que sendo prestado corretamente evitará danos ao outro, especialmente em razão do abuso de sua posição contratual. A boa fé visa, desse modo, evitar danos à integridade pessoal, à honra, ao crédito e patrimônio do consumidor, e, para tanto, faz-se mister que o fornecedor faça os esclarecimentos necessários ao bom desenvolvimento da relação contratual.

## 2.2. Conteúdo do direito a informação

Conforme ressaltado acima, o dever do fornecedor não é adimplido de modo substancial se são pas-

---

11. MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**, São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, p. 72-73.

sadas ao consumidor informações obscuras, imprecisas e de difícil inteligência. Com efeito, é preciso que a mensagem seja efetivamente compreendida para que se alcance o objetivo da norma consumerista.

Por óbvio, não há como se estabelecer uma regra geral e cartesiana de qual deva ser o conteúdo do direito a informação, afinal tais delineamentos sempre dependerão das características de cada produto ou serviço, bem como da fase contratual. Assim, um produto de alta periculosidade, por exemplo, exige um complexo de informações muito mais apurado do que um outro que não ofereça tais riscos.

É possível se estabelecer, todavia, alguns parâmetros gerais que devem ser seguidos pelos fornecedores no ato de informar. Bruno Miragem<sup>12</sup> ressalta que a informação deve ser adequada e eficiente, ou seja, não pode estar escondida, escrita em letras pequenas, deve ser ostensiva, facilmente detectada pelo consumidor. Além disso, a indicação meramente formal das características dos produtos e da contratação, através de linguagem técnica, é ineficaz. Imprescindível se faz, que o fornecedor faça um esforço no sentido de que as informações sejam devidamente entendidas pelos receptores, que, como dito, são leigos.

Além disso, faz-se necessário que a informação seja adequada

e veraz. A adequação se configura quando o meio utilizado para informar atinge a finalidade que pretende alcançar. O referido autor esclarece que a informação adequada e verdadeira deve abranger, em suma, as condições de contratação, as características dos produtos ou serviços objetos da relação de consumo e eventuais consequências e riscos da contratação de acordo com a realidade fática.

### 3. APLICAÇÃO DO DIREITO A INFORMAÇÃO ÀS GARANTIAS LEGAL E CONTRATUAL

A garantia do produto ou serviço é uma questão que está presente essencialmente na fase pós-contratual da relação de consumo. Consiste basicamente na responsabilidade do fornecedor de assegurar o adequado funcionamento do produto ou serviço ao fim que se destina, tendo tal obrigação origem na própria atividade de produzir, fabricar, criar, distribuir ou vender bens de consumo.<sup>13</sup>

O fundamento básico da garantia dos produtos é a confiança de que qualquer produto posto no mercado desperta legitimamente no consumidor. É ônus do fornecedor, com base na boa-fé, corresponder às expectativas geradas aos consumidores.

Pois bem, o grande entrave que

---

12. MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, p. 122

---

13. MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed., São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, p. 1178.

tem se observado nessa fase da relação de consumo é o desrespeito ao direito a informação, chegando-se a constatação de que a tarefa de reclamar por um vício ou defeito do produto é bastante árdua e obscura.

Uma análise mais acurada dos diversos termos de garantias que se encontram nos cotidianos contratos de consumo permite identificar uma série de irregularidades que são rotineiramente praticadas pelos fornecedores.

De pronto, não é dado ao termo de garantia o devido destaque e ostensividade. Via de regra, os termos estão localizados nas últimas páginas dos manuais de instrução dos produtos, em letras pequenas e amontoadas. Obviamente, essa prática dificulta aos consumidores o acesso à informação, tornando-a muitas vezes ineficaz.

Ademais, a linguagem utilizada pelos fornecedores costuma ser de difícil compreensão, com a utilização de palavras técnicas e jurídicas que não são de conhecimento dos consumidores. Afora isso, não é incomum a presença de expressões em língua estrangeira, o que agrava ainda mais o problema. Trata-se uma prática que vai de encontro ao que estabelece o parágrafo único do artigo 50 do CDC, o qual exige dos termos de garantia um esclarecimento adequado do que consiste a garantia, a sua forma, o prazo, o lugar que pode ser exercitada, o ônus a cargo do consumidor, em suma todas as informações essenciais para que o consumidor possa exercer adequadamente o seu

direito. Como visto, não basta que o fornecedor informe de maneira meramente formal, é necessário que a informação seja passada de maneira didática, buscando-se a real compreensão do consumidor.

Uma ilustração de situação abusiva é a dos comerciantes que carimbam as notas fiscais do produto com a informação de que o prazo para troca do bem na loja em caso de defeito é de 2 ou 7 dias, por exemplo. Passado esse prazo deve o consumidor entrar em contato com o fabricante para obter o reparo ou a substituição do produto defeituoso. A situação é absolutamente descabida e afronta de modo flagrante com os dispositivos do Código consumerista. Vejamos.

Inicialmente, urge esclarecer que o artigo 25 do CDC<sup>14</sup> estabelece a solidariedade da cadeia de fornecimento, ou seja, todos aqueles que participam do processo de entrega do produto até o consumidor final são responsáveis por reparar eventuais vícios do produto durante todo o prazo da garantia legal. Dessa forma, é vedada a exoneração contratual do fornecedor de tal

---

14. **Art. 25.** É vedada a estipulação contratual de cláusula que impossibilite, exonerar ou atenuar a obrigação de indenizar prevista nesta e nas seções anteriores.  
§ 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores.  
§ 2º Sendo o dano causado por componente ou peça incorporada ao produto ou serviço, são responsáveis solidários seu fabricante, construtor ou importador e o que realizou a incorporação.



obrigação, afinal trata-se de uma imposição legal de ordem pública e natureza cogente.<sup>15</sup>

Afora isso, não se devem confundir os conceitos de garantia legal e contratual. A primeira constitui uma liberalidade do fornecedor e pode apenas e tão somente complementar a segunda, mas nunca substituí-la, consoante determina o art. 50 do Código de Defesa do Consumidor<sup>16</sup>.

Sobre o tema, oportunas são as lições de Geraldo Magela Alves:

A garantia, além de legal, pode ser também contratual, complementar ao comando normativo, usada pelos comerciantes para atrair a clientela. Acontece, entretanto, que nem sempre a garantia contratual oferecida corresponde à realidade, quando efetivamente invocada por vício do produto ou defeito do serviço, uma vez que, neste mister, é comum a fraude, impossibilitadora da exigência da obrigação da garantia.<sup>17</sup>

É muito comum que os fornecedores discorram longa e extensamente sobre a garantia contratual e nada abordem sobre a legal ou sobre a questão dos vícios ocultos, induzindo o consumidor a entender que os seus direitos estão restritos àque-

la. A situação se agrava ainda mais quando são passadas informações falsas a respeito da garantia legal, mormente quando se tenta fazer crer que o prazo da garantia legal estaria incluído na garantia contratual, fato este que é claramente contrário à disciplina do Código de Defesa do Consumidor. Consoante doutrina de Rizzatto Nunes<sup>18</sup>, “a garantia contratual não é obrigatória. É mera faculdade do fornecedor. Tem funcionamento como elemento positivo na concorrência, visando conquistar o consumidor. [...] Daí é que vem o sentido de complementar.”

O exemplo apresentado acima, pois, apresenta dois importantes equívocos: (i) estipula uma garantia contratual que substitui a garantia legal para o comerciante, o que afronta o art. 50 do CDC, e (ii) exonera-o da responsabilidade de reparar o vício do produto ou serviço vendido após o curto prazo da garantia contratual, em desacordo com o art. 25 do mesmo código.

O propósito do citado artigo 50 é evidenciar que a garantia contratual não pode, de modo algum, interferir sobre os direitos do consumidor decorrentes diretamente do diploma consumerista, uma vez que está-se diante de uma norma de natureza indisponível.<sup>19</sup>

---

15. BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do consumidor**. 6. ed., Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, p. 40.

16. **Art. 50**. A garantia contratual é complementar à legal e será conferida mediante termo escrito.

17. ALVES, Geraldo Magela. **Código do consumidor na teoria e na prática**. Belo Horizonte: Del Rey Editora, 2008, p. 93.

---

18. NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed., São Paulo: Editora Saraiva, 2009, p. 384.

19. BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed., São Paulo: Editora Revista

Com efeito, o artigo 26 estabelece o prazo decadencial de 30 e 90 dias para o consumidor reclamar de vícios relativos a produtos e serviços, sendo que o primeiro se aplica para bens não duráveis e o segundo e bens duráveis. Dessa forma, havendo qualquer impropriedade no bem adquirido e independentemente de eventual garantia contratual estabelecida, é direito do consumidor se dirigir a qualquer um dos agentes da cadeia de fornecimento e exigir uma solução para a inadequação do produto ou serviço ao fim que se destina. Essa é a chamada garantia legal.

Ressalte-se, por oportuno, que em se tratando de vício oculto – aquele que se manifesta somente com o uso, experimentação do produto ou porque se evidenciará muito tempo após a tradição – o prazo só passa a fluir do momento em que o consumidor toma ciência do vício, conforme disciplina o parágrafo terceiro do artigo 26<sup>20</sup>. Desse modo, possibilita-se que a garantia legal estenda-se, conforme o caso, a três, quatro ou cinco anos. Não se trata de uma garantia eterna, pois o critério para delimitar a extensão da garantia contratual será o da vida útil do bem. Assim, será exigido do juiz que atue casuisticamente para determinar o limite temporal do direito de reclamar do consumidor, uma vez que a vida útil de um carro,

por exemplo, difere da de um liquidificador.

Na prática, infelizmente o que ocorre é que a grande maioria dos consumidores sequer sabe da existência da garantia legal pois lhe falta educação a respeito dos seus direitos. Muitos acreditam que os prazos para reclamação se restringem àqueles clássicos 1 ano, 6 meses ou 3 meses acobertados pela garantia contratual. É comum, por outro lado, que os poucos consumidores conscientes dos seus direitos sejam compelidos a bater as portas do Poder Judiciário para ver o seus direitos garantidos, haja a absurda recusa dos fornecedores em cumprir a garantia legal, demonstrando um escancarado e incompreensível desrespeito à legislação consumerista.

#### 4. CONCLUSÃO

Percebe-se, pois, que essa questão demanda do poder público uma forte e eficiente atuação no sentido de evitar abusos dos fornecedores, que já são propensos a ignorar lei consumerista. A presença do Estado tem que se dar não apenas através da atividade fiscalizatória, que já é deficiente, mas também por meio de palestras, seminários e cartilhas a serem realizados pelos órgãos integrantes do sistema nacional de defesa do consumidor, tal como o DPDC, PROCON e DECON's, de modo a educar os consumidores a respeito de seus direitos garantidos pelo CDC.

Afora isso, é essencial que se busque um meio de compelir os for-

---

dos Tribunais, 2010, p. 199.

20. **Art. 26, § 3º:** Tratando-se de vício oculto, o prazo decadencial inicia-se no momento em que ficar evidenciado o defeito.

necedores a adequar os seus termos de garantias às exigências do Código de Defesa do Consumidor. É preciso que os textos sejam escritos em linguagem acessível, integralmente em língua portuguesa, com letras de tamanho razoável, que os trechos mais importantes sejam destacados e que fiquem alocados em posições ostensivas, de fácil acesso.

É vital também que se faça um controle efetivo do conteúdo das informações passadas. Não se pode mais aceitar que os termos de garantia sejam omissos quanto à garantia legal, quanto ao regime diferenciado dos vícios ocultos. É inadmissível que se confundam os prazos da garantia legal e contratual. Enfim, se torna fundamental cobrar dos fornecedores, através da atividade fiscalizatória, que a informação a respeito da garantia seja prestada de maneira veraz, eficaz, clara e precisa.

Nunca é demais lembrar que a proteção e defesa do consumidor consiste em um direito fundamental do cidadão, razão pela qual é dever do Estado atuar no sentido de garantir a sua efetividade. É inaceitável que diante de uma situação que beira o caos neste país no âmbito das relações de consumo, o poder público quede-se inerte frente aos cotidianos abusos da cadeia de fornecedores.

Em paralelo, é fundamental também uma atuação proativa do Poder Judiciário com o fim de compelir os fornecedores a cumpri-

rem os seu deveres estabelecidos em lei, que neste caso é de ordem pública e tem natureza cogente. Faz-se necessário que a atuação do Estado-juiz seja firme de maneira que tais condutas transgressoras sejam desestimuladas através da punição exemplar daqueles que propositada e intencionalmente não se adequam ao ordenamento jurídico pátrio.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Editora Saraiva, 2006.

ALVES, Geraldo Magela. **Código do consumidor na teoria e na prática**. Belo Horizonte: Del Rey Editora, 2008.

BARBOSA, Fernanda Nunes. **Informação: Direito e dever nas relações de consume**, São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BITTAR, Carlos Alberto. **Direitos do consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 2003.

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no Código de Defesa do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais.

MORAES, Paulo Valério Dal Pai Moraes. **O Código de Defesa do Consumidor:**

O Princípio da Vulnerabilidade. Porto Alegre: Editora Livraria do Advogado, 2009.

NUNES JR., Vidal Serrano Nunes; SERRANO, Yolanda Alves Pinto. **Código de**

**Defesa do Consumidor interpretado.** 3. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor.** 4. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2009.