

Padrões éticos de comportamento devem valer tanto para empresas como para consumidores



Da esquerda para a direita: Mariana Freitas de Souza, da Veirano Advogados; Carlos Guerra, presidente da Comissão de Ética da CNseg; Solange Amaral, do Procon RJ; Angélica Carlini, da Carlini Advogados, e Luis Flores Mimica, da Consumers International

A busca de uma relação mais equânime entre consumidores e empresas passa pelo estabelecimento de padrões éticos de comportamento para ambas as partes. Mariana Freitas, da Veirano Advogados, ao falar sobre a relevância do Código de Defesa do Consumidor, ao completar 25 anos de história, acredita que algumas mudanças precisam ser feitas. “A presunção de vulnerabilidade do consumidor já não é a mesma, hoje ele é mais bem informado e tem um arsenal muito maior de possibilidades para se defender”, disse Mariana. “A inversão do ônus da prova é quase imediata em favor do consumidor.” Solange Amaral, do Procon do Rio, contudo defendeu a manutenção do princípio da vulnerabilidade, citando que por traz está a ideia de que o consumidor só pode presumir que um produto não faz mal, que está adequado etc. “Algumas mudanças no código podem, sim, ser feitas, mas este princípio é fundamental para proteger o consumidor”, diz. Os debates ocorreram durante a palestra “Ética nas relações de consumo”, dentro da “5ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros”, dia 17, em São Paulo, simultaneamente à 7ª Conseguro.

Para Angélica Carlini, da Carlini Advogados, a existência de órgãos e entidades que intermediem a relação consumidor/empresa é importante, mas o ideal é que empresas e consumidores se aproximem diretamente em uma relação mais ética. “Ética é o resultado do equilíbrio entre direitos e deveres, tanto dos fornecedores de produtos e serviços como de quem os compra. E em seguros não é diferente”, diz Angélica, citando a importância das seguradoras transmitirem a informação para os consumidores de seguros que trata-se de um mutualismo, o que exige transparência e responsabilidade na venda e no uso do produto. “A relação parte do princípio de que o segurado não quer que o sinistro se materialize, ou seja, que ele age com boa-fé, o que deve ocorrer também com a seguradora.”

Fonte: [CNseg](#), em 21.09.2015.