

# Coronavírus e os consumidores

Atualmente, vivemos tempos difíceis, causados pela disseminação de um vírus (covid-19), cujas proporções e consequências ainda são indefinidas para todos nós. O que está bem definido, no entanto, é o prejuízo advindo da pandemia reconhecida, que alcança todo o planeta e impacta todos os setores da economia.

Claro que, ao atingir a economia, atinge os consumidores e fornecedores. Só que, diferentemente de outras situações excepcionais já vividas, esta não tem um responsável, alguém que se possa apontar como o causador de todo o caos que se instalou, aliado ao fato de ser um evento inimaginável - e imponderável - num passado não muito distante. Dito de outro modo, seria algo totalmente fora da linha de desdobramento causal natural, não sendo, por isso, minimamente previsível a ninguém, o que é relevante para a atribuição de responsabilidades.

Assim, um questionamento que se faz é se seria razoável impor ao fornecedor todos os reflexos desse imponderado evento? Afinal, sabemos que sem ponderação não há cálculo de risco. Sem que o risco seja precificado não há cobertura. De igual sorte, não nos parece razoável admitir que o consumidor - pelos mesmos motivos - absorva por completo os prejuízos decorrentes desse evento inesperado, pois em nada



contribuiu para a sua ocorrência, sendo tão ou mais vítima que o próprio fornecedor. Então, o que fazer para enfrentar os questionamentos que se multiplicam dia a dia? Inicialmente, eram as passagens aéreas e hospedagens, agora são escolas, buffets, academias, dentre outros pontos de conflito que vão surgindo com o agravamento da situação.

Neste momento, a postura recomendada aos consumidores e fornecedores - e que se espera de ambos - é de agir imbuídos de boa-fé. Não é hora de acirrar os ânimos, mas sim de, agindo com bom senso, buscar o consenso, que se traduziria na maioria dos casos (se não em todas as hipóteses) no adiamento ou remarcação de passagens, hospedagens, festas e outros serviços que não estão sendo prestados nem usufruídos não porque o fornecedor ou o consumidor não querem, mas sim porque nenhum deles pode assim agir. Sem dúvida que este bom senso passaria pelo agendamento de novas datas sem ônus ao consumi-

dor, pois eventuais custos advindos de tal alteração devem ser entendidos como a contribuição do fornecedor em minimizar os impactos perante o consumidor, mas, principalmente, perante a si mesmo. Afinal, não se pode esquecer, o consumidor já deu sua cota de sacrifício ao aceitar a mudança de data na prestação do serviço (e não a de exigir o cancelamento com a devolução integral da quantia).

Mas não é só. Chegou a hora de todos pensarmos na coletividade e não apenas em si; de repensarmos seus hábitos e não contribuirmos para acelerar ou agravar uma situação que já é aguda. O consumidor não deve estocar produtos como máscaras, álcool em gel ou papel higiênico. Melhor lembrar que uma pessoa com estoque de um desses itens, mas cercada de outras que foram privadas do bem, estará menos protegida do que se as demais pessoas tivessem tido acesso a tais artigos, pois haveria menos chance destes ao seu redor estarem contaminados. O fornecedor, por seu turno, não deve explorar o consumidor, especulando o valor de tais mercadorias, praticando aumentos abusivos e querendo tirar proveito de uma situação em que não tem ganhadores.

Talvez assim, quem sabe, possamos minimizar os impactos de uma das maiores crises que se instalou no mundo.