

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO *STRICTO SENSU*
CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM DIREITO – PPGDIREITO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO

**MEDIAÇÃO APLICADA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO:
DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS À PARCERIA
PÚBLICO-COMUNITÁRIA PARA EFETIVAR
POLÍTICAS PÚBLICAS**

Franco Scortegagna

Passo Fundo - RS, maio de 2021.

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO *STRICTO SENSU*
CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM DIREITO – PPGDIREITO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO

**MEDIAÇÃO APLICADA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO:
DOS DIREITOS FUNDAMENTAIS À PARCERIA
PÚBLICO-COMUNITÁRIA PARA EFETIVAR
POLÍTICAS PÚBLICAS**

Franco Scortegagna

Dissertação submetida ao Curso de Mestrado em
Direito da Universidade de Passo Fundo - UPF,
como requisito parcial à obtenção do título de Mestre
em Ciência Jurídica.

Orientador: Professor Doutor Marcos Leite Garcia

Coorientadora: Professora Doutora Júlia Francieli Neves Oliveira

Passo Fundo - RS, maio de 2021.

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Gilberto e Lauren, pelo auxílio e afeto.

Agradeço a minha vó Nery e minha tia Sonia, por sempre acreditarem em mim, e me ajudarem no meu desenvolvimento pessoal e profissional.

Ao Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho, pela parceria, confiança e aprendizado durante todos esses anos.

Ao Prof. Dr. Rogerio da Silva, pelo incentivo em momentos difíceis.

Ao meu orientador Prof. Dr. Marcos Leite Garcia, pela paciência e por despertar em mim uma paixão pelos direitos fundamentais.

A minha coorientadora Profa. Dra. Julia Neves, pelo carinho, incentivo e conselhos.

**“Seja humilde, pois até o sol
com toda
sua grandeza se põe e deixa
a lua brilhar”.**
(Bob Marley)

TERMO DE ISENÇÃO DE RESPONSABILIDADE

Declaro, para todos os fins de direito, que assumo total responsabilidade pelo aporte ideológico conferido ao presente trabalho, isentando a Universidade de Passo Fundo, a Coordenação do Curso de Mestrado em Direito, a Banca Examinadora e o Orientador de toda e qualquer responsabilidade acerca do mesmo.

Passo Fundo, 01 de maio de 2021.

Franco Scortegagna

Mestrando

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DIREITO *STRICTO SENSU*
CURSO DE MESTRADO ACADÊMICO EM DIREITO – PPGDIREITO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: NOVOS PARADIGMAS DO DIREITO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, aprova a Dissertação de Mestrado

**MEDIAÇÃO APLICADA NAS RELAÇÕES DE CONSUMO: DOS
DIREITOS FUNDAMENTAIS À PARCERIA PÚBLICO-COMUNITÁRIA
PARA EFETIVAR POLÍTICAS PÚBLICAS**

elaborada por

Franco Scortegagna

Como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Direito

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Doutor Marcos Leite Garcia
(Presidente – Orientador)

Profa. Doutora Júlia Francieli Neves de Oliveira
(Coorientadora)

Prof. Doutor Liton Lanes Pilau Sobrinho
(Membro da banca)

Profa. Doutora Cleide Galcaro
(Membro da banca)

Passo Fundo - RS, de maio de 2021.

ROL DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADCT	Ato das Disposições Constitucionais Transitórias
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CNJ	Conselho Nacional de Justiça
CPC	Código de Processo Civil
ECA	Estatuto da Criança e do Adolescente
NUPEMEC	Núcleos Permanentes de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos
PROCON	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
SENACON	Secretaria Nacional do Consumidor
UPF	Universidade de Passo Fundo

ROL DE CATEGORIAS

Código de Defesa do Consumidor: A legislação consumerista é indiscutivelmente uma conquista, reconhecimento de novos valores, tendo como base a pessoa humana, afastando o caráter individual e patrimonialista. Deste modo, “o homem deixa de ser objeto e passa a ser, de uma vez por todas, sujeito de direito”.¹

Direito do Consumidor: O reconhecimento da defesa do consumidor como direito fundamental no ordenamento jurídico brasileiro, encontra-se respaldado na Constituição Federal de 1988, no artigo 5º, XXXII: “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. Insere-se a determinação constitucional, pois, no “Capítulo I, Dos direitos e deveres individuais e coletivos, do Título II, Dos direitos e garantias fundamentais”.²

Direitos Fundamentais: A Declaração Universal dos Direitos Humanos é reconhecida como um dos documentos internacionais relevantes que serve de norte para consagração dos direitos fundamentais, em âmbito constitucional e internacional. Considerada ápice de um processo histórico, “a Declaração foi precedida de diversos documentos legislativos que, de uma forma ou de outra, versaram sobre o tema dos direitos fundamentais, desde a Magna Carta até a Carta das Nações Unidas”.³

Direitos Humanos: Os direitos humanos são direitos que se têm como ser humano, direitos iguais e inalienáveis. Iguais devido a todos serem igualmente seres humanos; inalienáveis, em razão de que não importa “quão desumanos sejamos em nossos atos ou na forma de sermos tratados, não podemos ser nada além de seres humanos”.⁴ Visando corresponder aos ideais da Revolução Francesa “liberdade, igualdade e fraternidade”, os direitos humanos foram classificados em três gerações.

¹ FARIA, Heraldo Felipe. A proteção do consumidor como direito fundamental em tempos de globalização. **Revista Direitos Fundamentais & Democracia**, UNIBRASIL, Curitiba, v. 4, 2008. p. 10

² MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**. 6. ed. rev., atual. e ampl.- São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2016. p. 59

³ PEREIRA, Luciano Meneguetti. **As dimensões de direitos fundamentais e necessidade de sua permanente reconstrução enquanto patrimônio de todas as gerações**. Disponível em: <http://www.aems.edu.br/conexao/edicaoanterior/Sumario/2013/downloads/2013/3/33.pdf> Acesso em: 6 jan., 2020. p. 10

⁴ FREITAS, Fábio F. B. A questão democrática e os direitos humanos: encontros, desencontros e um caminho. In: TOSI, Giuseppe. (Org.). **Direitos Humanos: História, teoria e prática**. João Pessoa: UFPB, 2004. p. 286-287

A primeira geração contempla os direitos civis e políticos e as liberdades individuais, “fruto da longa marcha das ideias liberais e tem sua inserção histórica marcada pelas conquistas da democracia americana”.⁵

Ecommerce: Modelo de negócio jurídico que beneficia empresas, empreendedores, fornecedores e consumidores, este em razão da facilidade para ofertar produtos e serviços no ambiente virtual.⁶

Extrajudicial: “Considerando a origem do prefixo latino *extra*, representa aquilo que está em posição exterior ao Judiciário”.⁷

Globalização: Proporciona transformações socioespaciais, econômicas e culturais, que vem proporcionando a aproximação cada vez maior dos diversos lugares do mundo. Transformações que provocaram mudanças nos padrões de produção e de consumo.⁸

Hipervulneráveis: “É produto da soma da vulnerabilidade intrínseca ao consumidor e da fragilidade que afeta grupos ou pessoas específicas, isto é, sendo inerente e especial à situação pessoal de determinado consumidor”.⁹

⁵ FREITAS, Fábio F. B. A questão democrática e os direitos humanos: encontros, desencontros e um caminho. In: TOSI, Giuseppe. (Org.). **Direitos Humanos: História, teoria e prática**. João Pessoa: UFPB, 2004. p. 286-287

⁶ SOBHE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI, v. 4, n.4, p. 84-107, 4º Trimestre de 2013. p. 90

⁷ MAZZEI, Rodrigo; CHAGAS, Bárbara Seccato Ruis. Métodos ou tratamentos adequados de conflitos?. **Revista Jurídica da Escola Superior de Advocacia da OAB-PR, EDIÇÃO ESPECIAL**, Ano 3, n. 1, maio, 2018. p. 8

⁸ HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. V.1. (Cadernos PDE). Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>>. Acesso em 20 out., 2020. p. 3

⁹ BET VIEGAS, João Ricardo. A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. **Res Severa Verum Gaudium**, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun., 2019. p. 83

Mediação: “Atividade técnica exercida por terceiro imparcial e sem poder decisório, que, escolhido ou aceito pelas partes, as auxilia e estimula a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia”.¹⁰

Política de Defesa do Consumidor: A defesa do consumidor funda-se principalmente em uma diretriz que possui como alvo as boas relações de consumo, a qual apenas é atingida com a utilização de alguns instrumentos por parte do consumidor. Com isto, deve-se ressaltar que tais instrumentos estão disciplinados no artigo 5º do Código de Defesa do Consumidor, sendo eles: as Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público; as delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infração penais de consumo; e os Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo. O estabelecido no artigo 5º do CDC trata-se de um rol exemplificativo e não taxativo, neste contexto, cabe citar a Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON, os PROCONS e, também, da Associação de Defesa do Consumidor.

Políticas Públicas: “As políticas públicas são decisões públicas que tem por objetivo o equilíbrio social, que por meio de ações e omissões governamentais visam à manutenção ou alteração da realidade dos setores da vida social”.¹¹

Vulnerabilidade do Consumidor: O princípio da vulnerabilidade é o princípio básico, o qual justifica a existência, bem como a aplicação do Direito do Consumidor, decorrendo diretamente do princípio da igualdade, pois tal condição, no que diz respeito a consumidores pessoas físicas, é presunção legal e absoluta. A vulnerabilidade, em verdade, é um dos indicadores de que é necessária a proteção dos consumidores, o que se faz, principalmente, através de intervenções estatais, com o auxílio dos atores da política nacional de relações de consumo.¹²

¹⁰ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 199

¹¹ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020. p. 61546

¹² SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014. p. 206

SUMÁRIO

RESUMO	12
ABSTRACT	13
INTRODUÇÃO	14
1 ANÁLISE DOS DESAFIOS PARA ASSEGURAR OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES	18
1.1 OS FATORES TECNOLÓGICOS E SOCIAIS.....	19
1.2 OS FATORES CUTURAIIS E ECONÔMICOS.....	29
1.3 OS FATORES POLÍTICOS.....	36
2 EFETIVAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR FRENTE A CRESCENTE INTEGRAÇÃO ECONÔMICA	44
2.1 GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE DE CONSUMO.....	45
2.2 CONSUMIDORES: VULNERÁVEIS E HIPERVULNERÁVEIS.....	50
2.3 POLÍTICAS PÚBLICAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SEUS DESAFIOS.....	61
3 RESOLUÇÃO DE CONFLITOS EXTRAJUDICIAIS NA PARCERIA PÚBLICO/COMUNITÁRIA NA MEDIAÇÃO	68
3.1 RESOLUÇÃO DE CONFLITOS EXTRAJUDICIAIS.....	69
3.2 MEDIAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	76
3.3 RESULTADOS PRÁTICOS.....	81
CONSIDERAÇÕES FINAIS	91
REFERÊNCIA DAS FONTES CITADAS	94

RESUMO

A presente Dissertação está inserida na Linha de Pesquisa Jurisdição Constitucional e Democracia. O objetivo científico deste estudo foi verificar os desafios para resolução de conflitos nas relações de consumo na esfera extrajudicial, parceria público/comunitária na mediação. O primeiro capítulo analisou os desafios para assegurar os direitos dos consumidores, evidenciando que as novas tecnologias além de interações sociais auxiliaram a sociedade a adotar uma cultura direcionada ao consumismo, o fenômeno trouxe mudanças significativas no cenário econômico, político e social, os quais ainda não podem ser mensurados. O cidadão-consumidor hoje tem acesso a uma diversidade de escolhas, dando-lhe o poder de realizar operações e interagir com qualquer indivíduo, em qualquer lugar do mundo, onde a tecnologia alcance. O capítulo 2 tratou sobre a efetivação de políticas públicas e os direitos do consumidor frente a crescente integração econômica, globalização, mostrou que foram modificados os padrões de produção de consumo e aquisição de bens materiais mundialmente. No capítulo 3 abordou-se a resolução de conflitos extrajudiciais na parceria público/comunitária na mediação. Destaca-se o debate sobre a proteção do consumidor, a partir globalização, para harmonizar os interesses do mercado aos direitos humanos em tempos pós-modernos, de individualismo e integração econômica cada vez mais desenvolvida. Os conflitos nas relações de consumo demandam cada vez mais efetivar ações e procedimentos direcionados a proteção dos consumidores. O objetivo consiste em equilibrar as dificuldades do acesso à Justiça, através dos métodos alternativos, processos que permitem, conforme suas peculiaridades, solucionar as controvérsias antes da fase judicial. Concluiu-se que a iniciativa do Conselho Nacional de Justiça, ao editar a Resolução 125/2010, as alterações do Código de Processo Civil de 2015, a regulamentação da mediação com lei própria e, por sua visão *erga omnes* o Código de Defesa do Consumidor, são regulamentações alinhadas às questões do século XXI de proteção aos consumidores. Nesse sentido, o Balcão do Consumidor, projeto da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, se evidencia pela efetivação da parceria público/comunitária na mediação, ao solucionar conflitos de cidadão-consumidor na esfera extrajudicial, bem como pela consciência de que o maior desafio que envolve efetivação de políticas públicas continua a ser transformar o consumidor em cidadão devido ao capitalismo.

Palavras-chave: Consumidor, Políticas de Defesa do Consumidor; Consumidor Vulnerável e Hipervulnerável, Parceria Público/Comunitária, Resolução de Conflitos Extrajudiciais.

RESUMO EM LINGUA ESTRANGEIRA

This Dissertation is inserted in the Research Line Constitutional Jurisdiction and Democracy. The scientific objective of this study was to verify the challenges for resolving conflicts in consumer relations in the extrajudicial sphere, public / community partnership in mediation. The first chapter made an analysis of the challenges to ensure the rights of consumers, showing that new technologies in addition to social interactions helped society to adopt a culture directed towards consumerism, the phenomenon brought significant changes in the economic, political and social scenario, which cannot yet be measured. The consumer-citizen today has access to a variety of choices, giving him the power to carry out operations and interact with any individual, anywhere in the world, where technology reaches. Chapter 2, which deals with the implementation of public policies and consumer rights in the face of increasing economic integration, globalization, showed that the patterns of consumption production and the acquisition of material goods worldwide were modified. Chapter 3 dealt with the resolution of extrajudicial conflicts in the public / community partnership in mediation. The debate on consumer protection, starting with globalization, stands out in order to harmonize the interests of the market with human rights in postmodern times, of individualism and increasingly developed economic integration. Conflicts in consumer relations increasingly demand actions and procedures aimed at protecting consumers. The objective is to balance the difficulties of access to justice, through alternative methods, processes that allow, according to their peculiarities, to resolve disputes before the judicial phase. It was concluded that the initiative of the National Council of Justice, when editing Resolution 125/2010, the amendments to the Code of Civil Procedure of 2015, the regulation of mediation with its own law and, due to its vision, raise the Consumer Protection Code , are regulations in line with 21st century consumer protection issues. In this sense, Balcão do Consumidor, a project of the Faculty of Law of the University of Passo Fundo, is evidenced by the effective public / community partnership in mediation, by resolving citizen-consumer conflicts in the extrajudicial sphere, as well as by the awareness that the largest The challenge that involves the implementation of public policies continues to be to transform the consumer into a citizen due to capitalism.

Keywords: Consumer, Consumer Protection Policies; Vulnerable and Hypervulnerable Consumer, Public / Community Partnership, Extrajudicial Conflict Resolution.

INTRODUÇÃO

O objetivo institucional da presente Dissertação é a obtenção do Título de Mestre em Direito pelo Curso de Mestrado Acadêmico em Direito – vinculado ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direito – (PPGDireito) - da Universidade de Passo Fundo – UPF.

A dissertação está relacionada à Área de Concentração denominada Novos Paradigmas do Direito, inserida na Linha de Jurisdição Constitucional e Democracia.

O objetivo científico desta dissertação foi verificar os desafios para resolução de conflitos nas relações de consumo na esfera extrajudicial, parceria público/comunitária na mediação é possível efetivar políticas públicas para garantir os direitos dos consumidores. Com vista a cumprir o objetivo científico, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: analisar os desafios para assegurar os direitos dos consumidores, considerando os fatores tecnológicos, sociais, culturais, econômicos e políticos; avaliar a possibilidade de efetivar políticas públicas para garantir os direitos constitucionais e infraconstitucionais dos consumidores, mediante os desafios tecnológicos, sociais, culturais, econômicos e políticos e avaliar iniciativas direcionadas a defesa do consumidor que envolve parceria público/comunitária na mediação.

Considerando-se que o consumidor se caracteriza como a parte mais fraca nas relações de consumo, a criação de órgãos de proteção e defesa dos consumidores como dispõe o Código de Defesa do Consumidor vem ao encontro das demandas que envolvem assegurar os direitos nas relações de consumo. Neste contexto, emergem duas indagações de pesquisa: Quais os desafios para resolução de conflitos nas relações de consumo? Qual a relação das políticas públicas na resolução de conflitos consumeristas e a finalidade da parceria público/comunitária na mediação?

Para a pesquisa foram levantadas as seguintes hipóteses:

a) Os direitos fundamentais se encontram assegurados pelas ações das políticas públicas direcionadas as relações de consumo;

b) Os métodos alternativos de resolução de conflitos vêm ao encontro de efetivar políticas públicas de proteção aos consumidores e garantir os direitos fundamentais em conformidade com os preceitos constitucionais e infraconstitucionais.

Os resultados do trabalho de exame das hipóteses estão expostos na presente dissertação, de forma sintetizada, como segue.

O primeiro Capítulo traz a análise dos desafios para assegurar os direitos dos consumidores, demonstrando que as transformações pós-elaboração da legislação que regula as relações de consumo no Brasil vem se adaptando ao comportamento dos consumidores.

As novas tecnologias além de interações sociais auxiliaram a sociedade a adotar uma cultura direcionada ao consumismo, trata-se de um fenômeno que trouxe mudanças significativas no cenário econômico, político e social, os quais ainda não podem ser mensurados. O cidadão-consumidor hoje tem acesso a uma diversidade de escolhas, dando-lhe o poder de realizar operações e interagir com qualquer indivíduo, em qualquer lugar do mundo, onde a tecnologia alcance.

Neste sentido o fator tecnológico tornou-se um dos desafios no tocante a assegurar os direitos dos consumidores, ao revolucionar o modo de vida dos cidadãos, que podem adquirir bens materiais em escala mundial, com a nova forma de comercialização de produtos e serviços, denominado *e-commerce*.¹³

Demonstra-se que foram inúmeros os fatores responsáveis por acentuar as desigualdades econômicas e políticas entre os detentores dos meios de produção e o consumidor, contribuindo para uma reação social, com o propósito de buscar uma tutela efetiva do consumidor.

O capítulo 2 trata sobre a efetivação de políticas públicas e os direitos do consumidor frente a crescente integração econômica, globalização, que modificou os padrões de produção de consumo e aquisição de bens materiais mundialmente.

¹³ FONSECA, Luma Vilela Ramos; OLIVEIRA, Isabella Thalita Andretto. Responsabilização dos provedores de conteúdo nas relações de e-commerce. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Evento Virtual, v. 6, n. 1, p. 22-42, Jan/Jun. 2020.

Pois, a lógica do capital passou a ser o lançamento de novos produtos, buscando seduzir os consumidores, que se sentem atraídos pelas novidades e pelas facilidades de aquisição. O mercado cria constantemente armadilhas aos consumidores, deixando-os vulneráveis as oportunidades fascinantes do novo mundo do consumo, ao alcance local, regional, nacional e internacional, devido às novas tecnologias e a sociedade em rede.

Os cidadãos foram transformados em simples consumidores, movendo-se conforme os ditames do mercado, no qual impera o imediatismo. Entretanto, essa realidade traz consequências, como superendividamento e colapso das finanças pessoais do consumidor. Os mais afetados mediante essa lógica, são as crianças, os idosos e os portadores de necessidades especiais, caracterizados como consumidores vulneráveis e hipervulneráveis.

Contudo, o reconhecimento das vulnerabilidades e desequilíbrios nas relações de consumo demonstra a preocupação constitucional de proteção a certos grupos e manifesta a força normativa do ordenamento jurídico. Revelado com a construção de mecanismos legislativos de efetivação de preceitos constitucionais e infraconstitucionais, com destaque ao Código de Defesa do Consumidor.

A tutela eficaz dos consumidores hipervulneráveis depende da observância das diferentes espécies normativas no ordenamento jurídico, dentre elas as normas constitucionais, tratados internacionais de Direitos Humanos dos quais o país é signatário e normas infraconstitucionais com suas regulamentações.

O Capítulo 3 dedica-se a resolução de conflitos extrajudiciais na parceria público/comunitária na mediação. Abre-se o debate sobre a proteção do consumidor, a partir globalização, para harmonizar os interesses do mercado aos direitos humanos em tempos pós-modernos, de individualismo e integração econômica cada vez mais desenvolvida.

A supressão das fronteiras e a realização do mercado único, os conflitos nas relações de consumo demandam cada vez mais efetivar ações e procedimentos direcionados a proteção dos consumidores. O objetivo consiste em equilibrar as dificuldades do acesso à Justiça, através dos métodos alternativos, processos que permitem, conforme suas peculiaridades, solucionar as controvérsias antes da fase

judicial.

Para este propósito, a Resolução nº 125/2010 do CNJ, o Código de Processo Civil de 2015, a Lei de Mediação e o Código de Defesa do Consumidor evidenciam o emprego da mediação, instituto de defesa do consumidor que se adequa as questões do século XXI, para amparar os consumidores e assegurar seus direitos.

Deste modo, o presente Relatório de Pesquisa se encerra com as Considerações Finais, nas quais são apresentados aspectos destacados da Dissertação, seguidos de estimulação à continuidade dos estudos e das reflexões sobre a efetivação da parceria público/comunitária na mediação, para assegurar os direitos dos consumidores. Tema que se mostra extremamente relevante, não se limitando a Ciência Jurídica, por envolver comportamento, hábitos, cultura, emoções, dentre outros elementos que comprovam o necessário conhecimento sobre outras áreas do conhecimento.

CAPÍTULO 1

ANÁLISE DOS DESAFIOS PARA ASSEGURAR OS DIREITOS DOS CONSUMIDORES

Nessas mais de três décadas da promulgação da legislação consumerista brasileira, viveu-se inúmeras transformações na economia, nas relações de consumo e no comportamento dos consumidores. Soma-se a essa realidade as novas tecnologias que transportam os consumidores para um espaço pouco conhecido de interações sociais e hiperconsumo. O cenário demonstra que os direitos dos consumidores precisam adequar-se ao dinamismo imposto pelos avanços que impactam a sociedade e a economia.

A vida dos consumidores não se limita a adquirir e descartar, a criação de novas necessidades também não é a preocupação principal, mas o desdém e o desprezo pelas necessidades de ontem.¹⁴ Há uma cultura do consumo que prima por mais. “O mundo habitado por consumidores é percebido por seus habitantes como um contêiner de peças sobressalentes.”¹⁵

Tendência que repercute na crescente separação entre o poder de agir, que “flutua na direção dos mercados e a política que, embora continue a ser domínio do Estado, é cada vez mais despida de sua liberdade de manobra e de seu poder de estabelecer as regras e apitar o jogo.”¹⁶

A mutação social global impacta na informação e estimulação das necessidades humanas, levando a refletir sobre um novo modo da sociedade se organizar e se orientar¹⁷. Desse modo surgem novos comportamentos que maximizam desejos e contribuem para existência de desafios quanto a assegurar os direitos dos consumidores, ao se considerar os fatores tecnológicos, sociais,

¹⁴ BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 127

¹⁵ BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 131

¹⁶ BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008. p. 87

¹⁷ LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2009.

culturais, econômicos e políticos envolvidos, como serão analisados neste primeiro capítulo.

1.1 OS FATORES TECNOLÓGICOS E SOCIAIS

A Revolução Industrial transformou a sociedade, considerada um marco em relação ao avanço tecnológico, apesar de que foi nas últimas décadas que se assistiu a influência da tecnologia no *modus vivendi* da sociedade.¹⁸

O avanço tecnológico vem gerando inúmeras transições sociais ao longo da história. Este fenômeno ocasionou mudanças na maneira de agir, pensar e se relacionar, conseqüentemente “as transformações sociais estão diretamente ligadas às transformações tecnológicas da qual a sociedade se apropria para se desenvolver e se manter”.¹⁹

Conhecimento, informação, comunicação e tecnologias impactaram no desenvolvimento social, tornando-se capazes de causar inclusão e exclusão social, evidenciando as carências da sociedade. “Essa reflexão contribui para caracterizar a sociedade em que vivemos e compreender aspectos relacionados à sua emergência, quer social, cultural, econômica e de busca pela cidadania”.²⁰

Trata-se de uma questão complexa a ser trabalhada, ao envolver a transformação da sociedade e o contexto futuro da humanidade²¹, como demonstram Kohn e Moraes:

O desenvolvimento tecnológico reconfigurou o modo de ser, agir, se relacionar e existir dos indivíduos e, principalmente, propôs os modelos

¹⁸ DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015.

¹⁹ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 1

²⁰ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene./Jun. 2010. p. 217

²¹ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun. 2010.

comunicacionais vigentes. Não se pode separar a informação da tecnologia, algo que vem sendo remodelado e institucionalizado com os avanços na área do conhecimento e das técnicas.²²

Quanto mais a tecnologia avança e evolui, mais transforma a dinâmica da economia, ela desterritorializa o espaço-tempo, permitindo conexão global, acirrando concorrências entre os agentes econômicos. Da mesma forma que demanda por novos produtos, serviços e profissões.²³ Dentre os serviços, técnicos em informática e programadores de sistemas tornaram-se profissionais indispensáveis no mercado de trabalho, em diferentes segmentos, conseqüentemente, surgem novas demandas de produtos eletrônicos.

Por outro lado, os profissionais que não se adaptaram a nova realidade tecnológica, a qual demandou novas habilidades dos trabalhadores, devido a otimização de rotinas, acabaram sendo excluídos do mercado, substituídos mediante o novo cenário tecnológico, revelando que as tecnologias, no que tange as relações de trabalho proporcionaram um movimento antagônico, de inclusão e exclusão.²⁴

Os países com desenvolvimento tecnológico mais avançado acabaram produzindo bens e serviços em maior escala, dominando países menos desenvolvidos, que se tornaram dependentes tecnológicos. Por sua vez, os consumidores para satisfazerem suas necessidades e com acesso a informação, fomentam esse mercado.²⁵

²² KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 3

²³ OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr. 2015, p.114-120.

²⁴ OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr. 2015, p.114-120. p. 118

²⁵ DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...**, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 6

A sociedade está vivenciando uma era que está em constante transformação, na qual “os computadores ocupam espaço importante e essencial no atual modelo de sociabilidade que configura todos os setores, comércio, política, serviços, entretenimento, informação, relacionamentos”.²⁶ O sentido prático do atual processo tecnológico, se evidencia nas transformações do cenário social, facilitação da vida, aquisição de informações, educação, cultura, novas profissões, novos produtos e serviços, alteração no cenário econômico, político e social.²⁷

Ocorreu uma expansão, devido às novas tecnologias, que ainda não há como mensurar, o fato é que a sociedade vem numa crescente priorizando a aquisição “do supérfluo”, as novas tecnologias revelam a constante insatisfação dos consumidores, que se tornaram insaciáveis, “onde uma necessidade preliminarmente satisfeita gera quase automaticamente outra necessidade, num ciclo que não se esgota, num *continuum* onde o final do ato consumista é o próprio desejo de consumo.”²⁸

O espraiamento dessa lógica – que se dá a partir das mudanças estruturais desenvolvidas no século XVIII na Europa ocidental, especialmente com a Revolução Industrial – acelera-se a partir da segunda metade do século XX, quando o universo do consumo passou a ganhar centralidade tanto como motor do desenvolvimento econômico quanto através da expansão do consumismo como elemento de mediação de novas relações e processos que se estabelecem no plano cultural das sociedades modernas.²⁹

A evolução tecnológica contribuiu com o cidadão-consumidor ao proporcionar o acesso a uma diversidade de escolhas, dando-lhe o poder de realizar operações e interagir com qualquer indivíduo, em qualquer lugar do mundo, onde a tecnologia alcance.

²⁶ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 5

²⁷ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

²⁸ RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008. p. 138

²⁹ RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008. p. 138

As comunicações se beneficiaram com as novas tecnologias, elas passaram a ser mais ágeis e de menor custo. Empresas de comunicação e jornalismo se inseriram no espaço virtual, fornecendo de forma instantânea informações em larga escala, com maior alcance. As médias e pequenas empresas tiveram a oportunidade de se beneficiar dessa realidade tecnológica, devido ao baixo custo, alcançando, assim, um espaço no mercado. Esse cenário contribuiu para facilitar e ampliar a divulgação de informações, produtos e serviços, permitindo que os cidadãos-consumidores passassem a ser influenciados pelo excesso de ofertas de produtos e serviços.³⁰

Retondar destaca que o princípio da individualização foi marcado pela

[...] especialização do consumo através da fragmentação dos mais variados segmentos consumidores – processo que, segundo alguns, foi impulsionado pelo modelo da acumulação flexível a partir da segunda metade do século XX – seria, neste caso, o principal elemento a partir do qual poderíamos então falar de uma passagem do sentido coletivo do consumo, precisamente sob o aspecto da homogeneização social [...].³¹

O consumo nas sociedades modernas parece ser considerado um elemento essencial, flexibilizou a produção, que por sua vez gerou um consumo diversificado, deu origem a uma nova experiência cultural, evidenciando a alta fragmentação dos significados sociais, ou seja, uma individualização marcada por práticas consumistas.³²

Tais práticas consumistas estão sendo ampliadas pelas novas tecnologias, contribuindo com as modificações sociais, devido às inúmeras facilidades, essas, todavia, resultam em problemas de diferentes ordens,

³⁰ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

³¹ RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008. p. 142

³² RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. *Sociedade e Estado*, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008.

denominados de “efeitos colaterais, numa alusão ao uso de um remédio que cura a doença, porém causa algum desconforto ou dor de cabeça”.³³

A imersão da sociedade nas novas tecnologias, sendo o consumo um elemento base, não necessariamente significa uma sociedade igualitária, como Kohn e Moraes explicam:

A continuidade do método facilita a que grandes corporações sejam titulares, gerenciem e monopolizem a produção e distribuição dos diversos aparatos tecnológicos essenciais à vida social, cultural econômica dessa sociedade. Assim, além de designar-se e centrar-se na informação e na digitalização, é chamada de Sociedade de Consumo. Elitista e monopolista, os problemas sociais de tempos atrás são mantidos. Embora tenha havido uma evolução, esta não foi em direção de exterminar as dificuldades, pois fica evidente que as diferenças e problemáticas só aumentaram ou se agravaram.³⁴

Como se constata as transformações além de impactantes, geraram desigualdades, significa dizer, quem não a adere fica para trás, assim, uma minoria detém cada vez mais o controle.³⁵ O fato é que o trabalho para alguns foi facilitado com profissões ligadas à comunicação, à informação e à tecnologia. Enquanto que, para outros, ficou escasso, devido às máquinas de alta tecnologia, que passaram a fazer parte do setor de produção de bens e serviços, exigindo que os funcionários obtivessem um conhecimento técnico avançado e específico para permanecer no mercado de trabalho.³⁶

³³ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

³⁴ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 11

³⁵ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

³⁶ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

Assim, um dos problemas mais evidente ligado à evolução tecnológica, é a falta de emprego, que vem piorando nos últimos anos, impactando nas oportunidades, além de contribuir para com a desigualdade. Trata-se da exclusão digital que “afasta trabalhadores de postos de trabalho, e outra grande massa de pessoas do próprio acesso, cartão de entrada ou visto para a Sociedade Digital”.³⁷

O excluído digital é aquele que não tem computador e/ou não sabe operá-la. Mais atualmente, o conceito evoluiu para a exclusão da falta de acesso à rede, ou seja, um computador desconectado tem pouquíssima utilidade na era da informação [...]. Assim, além do computador básico mais barato e da alfabetização digital, é necessária a implantação de acessos públicos a um número maior de pessoas e a diminuição de custos para acesso à banda larga.³⁸

Se a máxima da igualdade é o respeito à condição de cada pessoa dentro da sociedade, em seus direitos e oportunidades a todos dentro da sociedade, sem discriminação de qualquer espécie. No que diz respeito ao acesso a tecnologia, fica evidente o mínimo da igualdade, ou seja, no Brasil, “os desafios da sociedade da informação perpassam desde o desemprego tecnológico e desqualificação do trabalho à perda de comunicação interpessoal e grupal, no sentido de identidade e aprofundamento das desigualdades sociais”.³⁹

Verifica-se a importância dos cidadãos-consumidores entenderem a falta de soluções globais de progresso universal, trata-se de um desafio, perceber o “desenvolvimento de fachada”. Esse panorama histórico-conceitual demonstra que os pressupostos para a sociedade buscar alternativas, envolvem “a universalização e democratização da informação; qualificação de indivíduos; alfabetização digital; disponibilização da Internet; articulação entre os três setores; educação para a cidadania”.⁴⁰

³⁷ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 11

³⁸ KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 11

³⁹ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecologia**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun. 2010. p. 223

⁴⁰ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França

A inclusão social na atual sociedade depende da capacidade de acessar, adaptar e criar novo conhecimento por meio do uso das tecnologias de informação e comunicação. Porém, a dificuldade de acesso da tecnologia para os mais pobres é uma realidade. Como já mencionado, a inclusão social não é somente uma questão de distribuição dos recursos econômicos, mas da participação dos indivíduos nas oportunidades individuais e coletivas.⁴¹

Pensar sobre a exclusão digital/social no Brasil, remete a outras questões como analfabetismo, desemprego, moradia digna, acesso à saúde, alguns dos piores indicadores sociais, com menor desenvolvimento econômico e de economia pouco diversificada⁴², e, ainda evidencia-se:

[...] o importante papel da informação digitalizada nos novos processos socioeconômicos e culturais, podendo-se, ainda, identificar três processos que estão transformando profundamente a sociedade contemporânea e, por conseguinte, os modos de ser, pensar, agir e sentir dos homens, são eles: a virtualidade, a interatividade e a globalização.⁴³

Consumo e produção, na contemporaneidade, ocorrem tanto no domínio privado como público. O consumo pode ser interpretado como um ato de produção de experiências e identidades, sendo ele, o processo de produção da própria vida, não da sua mera sustentação ou manutenção. “As questões que permanecem pertencem a quais experiências de consumo são preferidas, com que frequência e quando, e não como produtos são comprados e financiados”.⁴⁴

O certo é que as novas tecnologias oportunizaram maior frequência de aquisição de produtos e serviços, assim como, experiências diversificadas de preferência, além do aumento gradativo do consumo, revela-se, nesse cenário a sociedade consumerista, cujas práticas de consumo moldam inclusive as relações

de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun. 2010. p. 223

⁴¹ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun, 2010.

⁴² SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun, 2010.

⁴³ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun, 2010. p. 225

⁴⁴ SOUZA, Rosana Vieira. Comportamento do Consumidor e Consumo de Tecnologia: Perspectivas de Investigação na Sociedade Contemporânea. In: IV ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. **Anais..** Florianópolis, SC, 23 a 25 de maio de 2010 p. 12

dos indivíduos. Por sua vez “a produção passou a ser desenhada de modo a atrair o consumidor, utilizando-se de uma série de subterfúgios para aumentar o contato com a variedade de produtos a disposição do consumidor”.⁴⁵ Como acentuam Dupont e Diehl:

O avanço da tecnologia da informação e da comunicação aumentou expressivamente as aspirações de consumo da população, inclusive dos excluídos. Os excluídos tornaram-se o alvo do capitalismo global, para manter as taxas de acumulação de riquezas, é necessário que a população pobre também esteja inserida no mundo consumerista.⁴⁶

O fato é que o número de informação via Internet cresce diariamente, permitindo que as pessoas tenham uma grande quantidade de informação, porém a oportunidade de verificar a procedência não se dá na mesma proporção. Fenômeno que atinge um número imensurável de pessoa ao mesmo tempo.⁴⁷

É inegável que o fator tecnológico tornou-se um dos desafios no tocante a assegurar os direitos dos consumidores. Trouxe uma revolução ao modo de vida dos cidadãos-consumidores, a internet ganhou um espaço importante de atuação, em razão das facilidades que proporciona. Dentre elas, interação interpessoal, contratação em escala mundial, nova forma de comercialização de produtos e serviços, denominado *e-commerce*.⁴⁸

Sobre o *e-commerce* Souza e Salib sustentam:

O uso do comércio eletrônico transformou as relações comerciais de modo a relativizar distâncias e limites territoriais que possam existir para que os cidadãos satisfaçam suas vontades enquanto consumidores. A Internet se consolida como meio de suprir crises no mercado interno e de divulgação

⁴⁵ DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...**, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 6

⁴⁶ DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...**, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 6

⁴⁷ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

⁴⁸ FONSECA, Luma Vilela Ramos; OLIVEIRA, Isabella Thalita Andretto. Responsabilização dos provedores de conteúdo nas relações de e-commerce. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Evento Virtual, v. 6, n. 1, p. 22-42, Jan/Jun. 2020.

de produtos e serviços em nível mundial, agregando valor às empresas e transformando o *e-commerce* no responsável pelo salto nos faturamentos.⁴⁹

Impossível, não abrir um adendo, para fazer menção a um dos maiores desafios que os cidadãos-consumidores se viram expostos no ano de 2020, o qual potencializou o *e-commerce* a nível mundial, impactando a economia, a cultura e a política, considerado um vírus que modificou o modo de vida do planeta, tornando-se um marco histórico, o COVID-19⁵⁰.

A humanidade viu o mundo mudar com a crise da pandemia do COVID-19. A situação revelou “a precarização de uma sociedade inteira, a qual parecia se pautar sobre uma estrutura organizada e politizada, mas, que se evidenciou, na verdade, através do caos e do desajuste social [...] como é o caso do Brasil”.⁵¹

No País, catástrofe é o termo que melhor define o caos social, econômico e político que se instaurou, foi possível identificar todo tipo de violação aos direitos e garantias fundamentais do ser humano, em inúmeros segmentos, educação, saúde, emprego, informação, comunicação, dentre outros que descortinaram o despreparo do Estado brasileiro.⁵²

A pandemia da COVID-19 é, seguramente uma “pandemia anunciada” e nenhum Estado estava preparado para enfrentá-la, vez que todos eles estavam preocupados na produção de bens, que se perfaziam longe do real

⁴⁹ SOUZA, Cássio Bruno Castro; SALIB, Marta Luiza Leszczynski. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Belém, v. 5, n. 2, p. 64-84, Jul/Dez., 2019. p. 68

⁵⁰ “Sabe-se que, de acordo com dados da Organização Mundial da Saúde, OMS, citados pela Organização Pan-Americana de da Saúde, OPAS (2020) foi no dia 30 de janeiro de 2020, que a epidemia da doença causada pelo novo coronavírus, também conhecido por COVID-19, se constituiu uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional de acordo com o previsto no Regulamento Sanitário Internacional. Já em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi qualificada pela OMS como uma pandemia [...]”. PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 29

⁵¹ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 29

⁵² PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

bem-estar do cidadão, incluindo-se, aqui, a saúde que fica de lado quando o lucro e o aumento do PIB é prioridade.⁵³

Trata-se do conceito de progresso, adotado pela modernidade, voltada para o econômico fundamentado no lucro, nessa realidade, “a felicidade prometida vem a se desfazer como gelo ao sol, porque o lucro não foi distribuído e nem investido no sentido de diminuição dos riscos pandêmicos”.⁵⁴ A concentração de renda e lucro, comum à sociedade consumista, deu origem aos problemas sociais, sendo a exclusão característica do modelo, que parece ser uma constante na história humana.⁵⁵

Em verdade, como dizem Ruscheinsky, Gadeia e Pinho:

[...] apesar de todas as conquistas, comparece como contundente a cegueira do “homo Sapiens”, o fausto do “homo consumens”, o egocentrismo do “homo economicus” as confissões do “homo pragmaticus”. De outro lado, por certo, todas estas habilidades se dobram ante este impressionante e poderoso vírus, que veio demonstrar o quanto a vulnerabilidade não nos abandonou. Ou o quanto apesar das capacidades tecnológicas continuamos atentando contra a própria existência.⁵⁶

A prioridade diante da pandemia, mais lógica, é evitar mais infecções e mortes, contudo a lógica capitalista parece ter outras prioridades, como por exemplo, a atividade econômica. Essa, sem dúvida é uma consequência, que será sentida mais profundamente pela sociedade, não há ainda como esboçar um quadro futuro, empregos foram perdidos, rendas reduzidas, o ciclo de produção foi afetado, enfim o mundo parece ter entrado num ciclo de hibernação.⁵⁷

⁵³ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 38

⁵⁴ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 39

⁵⁵ PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

⁵⁶ RUSCHEINSKY, Aloisio; GADEIA, Carlos A.; PINHO, Carlos Eduardo Santos. Os paradoxos sociais e culturais ante o Covid-19: campo de imprevisibilidade e incertezas. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 57

⁵⁷ CASADO, Guadalupe Medina. Efeitos econômicos e fiscais do Covid 19: análise das medidas adotadas pelo governo da Espanha. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

A pandemia colocou a civilização num estágio de sujeição as novas tecnologias e a internet, causou um impacto no mundo, e ainda não há como imaginar a dimensão social, política e econômica que a humanidade terá que enfrentar.

1.2 OS FATORES CUTURAIIS E ECONÔMICOS

Quando observadas com base nas Ciências Sociais, a cultura e a economia são esferas distintas da atividade humana. A cultura se identifica com a lógica da liberdade e o econômico é uma esfera fundamentada na ideia de necessidade:

[...] ideias ou categorias, também historicamente mutáveis, como as de subsistência e escassez, de natureza e animalidade, de produção, trabalho e consumo, de material e vulgar, de riqueza e dinheiro, de racionalidade e egoísmo, enquanto que a esfera da cultura é claramente identificada com a lógica da liberdade, em que a principal necessidade suprida pelo consumo é a simbólica.⁵⁸

O avanço tecnológico, sociedade dos excluídos, sociedade da informação e alienação são algumas das contradições da sociedade capitalista que visa, os aspectos econômicos em detrimento dos sociais. Por consequência dessa divisão, a aceleração das transformações culturais e sociais, serve para elevar o número de excluídos. A sociedade parece seguir para o ápice da exclusão e da involução do desenvolvimento da atual civilização.⁵⁹

Esse cenário pode ser configurado mediante as seguintes contradições, a capacidade de comunicação e informação disponibilizadas pelas novas tecnologias, pode ser tanto superficial como levar a desinformação; as facilidades de consumo podem ter consequências desastrosas; informações e facilidades de cartões de créditos, que permitem acesso ao produto e ao serviço, levam a um superendividamento.⁶⁰ O mercado proporciona ao cidadão-consumidor uma ilusão de inclusão social, “às pessoas pertencentes a um grupo desprivilegiado do

⁵⁸ MARINHO, Thais Alves. Cultura e economia: a busca de uma teoria de consumo. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 761-766, set./dez. 2008. p. 763

⁵⁹ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**. v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun. 2010.

⁶⁰ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

conhecimento, enclausurado pelo sistema da exploração. Portanto, os efeitos do jogo desigual e camuflado do consumismo é o superendividamento”.⁶¹

Diante desse cenário, as ações da sociedade serão decisivas:

É no homem, pois, que reside a esperança de construção do novo mundo, e não na atual política de desenvolvimento socioeconômico e técnico-informacional [...]. Na plataforma de mudanças, é preciso considerar questões como cidadania, educação, socialização e humanização para que possamos ter uma sociedade democrática em que todos participem igualmente dos avanços tecnológicos e informacionais.⁶²

É uma época de vazio, que precisa ser reconfigurada como transformações comportamentais, novos valores e concepções de mundo. As tecnologias baseadas em comunicação e informação fazem parte do processo de transformação e fazem parte da trama dos fios interligados que envolvem a ordem econômica mundial, interferindo na sociedade e na cultura.⁶³

Em todas as culturas, os bens são a manifestação concreta dos valores e posição social de seus usuários. A atividade de consumo revela identidades sociais, sentimentos de pertencimento a um grupo. Significa que “o consumo envolve também coesão social, produção e reprodução de valores e, é uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias”.⁶⁴

Cortez e Ortigoza entendem que o consumo indica a forma como se vê o mundo, deixa explícito uma conexão entre valores éticos, escolhas políticas, visões sobre a natureza e comportamentos relacionados às atividades de consumo:

O termo sociedade de consumo é uma das tentativas para entender as mudanças que vêm ocorrendo nas sociedades contemporâneas e refere-se à importância que o consumo tem recebido na construção das relações sociais e na formação e fortalecimento das nossas identidades. Dessa maneira, o nível e o estilo de consumo tornam-se a principal fonte de

⁶¹ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 2

⁶² SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun, 2010. p. 214

⁶³ SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun, 2010.

⁶⁴ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 35

identidade cultural, de participação na vida coletiva, de aceitação em um grupo e de distinção com os demais. O consumo está presente nas diversas esferas da vida social, econômica, cultural e política. Nesse processo, os serviços públicos, as relações sociais, a natureza, o tempo e o próprio corpo humano transformam-se em mercadorias.⁶⁵

Sob o prisma socioeconômico, a sociedade é associada à liberação das atividades de mercado, crescimento da propriedade privada, das forças de produção e do consumo. As mudanças, tecnológicas, intelectuais, sociais e políticas, caracterizaram as sociedades em fases distintas, nas quais padrões de consumo específicos permearam cada fase.⁶⁶

Sendo assim,

os padrões de consumo constituem as atividades de consumo de um padrão de vida particular ao qual os produtos consumidos se ajustam, e no qual adquirem seus significados como resultado deste ajuste (significado social) [...]. Mais do que isso, padrões de consumo definem um conjunto de relações e experiências com os quais o consumidor se envolve durante a ação de consumo, e que se transformam ao longo da história social, econômica, política e cultural de uma sociedade [...]. Uma vez adquirido o significado social, o produto se torna representativo de um determinado padrão de consumo; a compra e o consumo, por seu turno, reforçam tal padrão.⁶⁷

As relações econômicas e de consumo acompanham as transformações da sociedade se moldando ao sistema. O capitalismo predominante em grande parte da economia mundial trouxe para o mercado consumidor o modelo de produção e consumo globalizado, facilitando o acesso a produtos que só eram adquiridos em economias mais desenvolvidas, ganha espaço o consumo padronizado.⁶⁸

No referido sistema econômico, a sociedade se habituou a consumir incessantemente e as indústrias passaram a produzir na mesma proporção, baseadas no novo, na inovação. A necessidade de consumir passou a ser justificada

⁶⁵ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 36

⁶⁶ SOUZA, Rosana Vieira. Comportamento do Consumidor e Consumo de Tecnologia: Perspectivas de Investigação na Sociedade Contemporânea. In: IV ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. **Anais..** Florianópolis, SC, 23 a 25 de maio de 2010.

⁶⁷ SOUZA, Rosana Vieira. Comportamento do Consumidor e Consumo de Tecnologia: Perspectivas de Investigação na Sociedade Contemporânea. In: IV ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. **Anais..** Florianópolis, SC, 23 a 25 de maio de 2010. p. 6-7

⁶⁸ CORREIA, José Jonas Alves; SILVA, Felipe E. Alves da; SILVA, Valdemir et al. A Psicologia Econômica na análise do comportamento do consumidor. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, São Paulo, v. 16, n. 2. Abr./Jun., 2017.

pelo desejo, tendência, moda e último modelo, ou ainda “para se sentirem mais integradas socialmente, ou para se sentirem mais felizes e satisfeitas”.⁶⁹

Especificamente sobre a economia brasileira, destaca-se a década de 1990, na qual o Plano Real trouxe certa estabilidade, crescimento econômico, dando origem a novos investimentos. Com a projeção das políticas públicas aos menos favorecidos, o acesso ao crédito oportunizou o aumento do consumo.⁷⁰

Esse cenário brasileiro além do processo de expansão de crédito contribuiu com o acesso popular aos bancos, ocorrendo no período, o crescimento da bancarização, conseqüentemente, “o aumento do poder de compra do consumidor de baixa renda liberou uma imensa demanda reprimida por anos de estagnação econômica e crises inflacionárias [...]”.⁷¹

Araújo, França e Rocha salientam sobre o comportamento adotado pelos consumidores que seguiu pós-década de 1990:

A população brasileira se valendo das chances da obtenção de crédito na ilusão de uma falsa qualidade de vida, passa adquirir de forma desregulada bens de consumo. [...] algumas famílias tiveram sonhos realizados de possuir a casa própria com infinitas prestações, além do que, inúmeras pessoas conseguiram adquirir seu automóvel, como o financiamento estudantil que passaria a pagar depois de cinco anos que concluíssem o curso, dentre outros bens e serviços.⁷²

Os cidadãos-consumidores passaram a se sentir incluídos no mercado de consumo, contudo, não mensuraram as conseqüências negativas e frustrantes da pseudo satisfação de desejos por bens e serviços e com a detenção, do poder aquisitivo, ao qual foram apresentados.

⁶⁹ CORREIA, José Jonas Alves; SILVA, Felipe E. Alves da; SILVA, Valdemir et al. A Psicologia Econômica na análise do comportamento do consumidor. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, São Paulo, v. 16, n. 2. Abr./Jun., 2017. p. 220

⁷⁰ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

⁷¹ ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017. p. 2

⁷² ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 7

A sociedade de consumo sob a gerência do pensamento dominante atrelado ao Estado ditam as regras do jogo econômico, camuflam ideias, projetam sistemas de inclusões através do consumo, porém, para alcançar a “moda”, para ser “atualizado”, para ser “moderno” se faz necessário consumir. Isto posto, cada vez que aumentam os consumos dos indivíduos, de forma crescente surgem as falsas ideias de inclusões, aliás, mais originam as necessidades, em que essas pessoas se engessam no dever de trabalhar ainda mais para adquirirem bens, que na maioria das vezes, resultam em superendividamento.⁷³

Com a possibilidade de inserção no mercado de consumo, a partir de créditos facilitados, o preço verdadeiro a ser pago pelos consumidores não foi computado. Os resultados negativos de cunho social e econômico, a que foram expostas parcela da população, passou a revelar as desigualdades entre a classe dominante e os menos favorecidos, numa sociedade capitalista.⁷⁴

O crédito concedido para aquisição de bens e serviços gera obrigação de devolução, a qual se não sanada, gera o endividamento, que significa o atraso no pagamento da prestação destes créditos já concedidos, a pessoa ao não cumprir com a obrigação de devolver a quantia que lhe foi emprestada, pagará a mesma com juros.⁷⁵ Esse contexto remete a reflexão sobre o cartão de crédito e as operadoras desse serviço aos consumidores:

A falta de obrigatoriedade de pagamento do valor integral ou mesmo a falta de informações no caso do pagamento mínimo, como a cobrança de juros abusivos e demais taxas, podem ser uma das causas para as pessoas não pagarem na totalidade sua fatura. Outro fator que corresponde a tal falha pode ser, inclusive, a falta de alfabetização financeira das pessoas, já que as mesmas não conseguem calcular da forma correta como os juros irão afetar no crescimento das dívidas.⁷⁶

Esse é o verdadeiro preço pago pelos consumidores que ousaram acreditar que foram inclusos, o poder aquisitivo sonhado, desejado, resultou em

⁷³ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 8

⁷⁴ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

⁷⁵ METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

⁷⁶ METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014. p. 9

dívidas por falta de planejamento, informação, conhecimento, especulação financeira, para muitos consumidores.⁷⁷

A lógica ou a ilógica dos consumidores para aquisição de bens, como automóveis, imóveis, vestuário, dentre outros, passou a serem financiamentos e empréstimos, comprometendo sua renda a longo prazo, por falta de planejamento. Alguns consumidores entraram numa espiral sem volta, adquirindo empréstimos para pagar outras dívidas, gerando “a falsa sensação de que a pessoa tem uma renda disponível”.⁷⁸ Fatores como doença, perda de emprego, instabilidade econômica, enfim imprevistos comuns parecem não intimidar os consumidores adeptos ao consumismo, ao não adotarem um planejamento financeiro, observando seus gastos anteriores.⁷⁹

Observando o consumo numa perspectiva antropológica e econômica, Mette e Matos mostram que:

Na linha antropológica, considera-se o consumo como um fato social e um fenômeno cultural que é de natureza simbólica, cujos indivíduos apresentam dificuldades em suas escolhas, sendo sempre afetados pelas preferências, gostos, valores e emoções [...]. Na linha econômica, considera-se o consumo como uma ação racional do indivíduo para maximizar a utilidade econômica, ainda que essa encontre limites devido à incapacidade de desvendar os processos cognitivos e emocionais, que são casualmente significativos para a geração dos comportamentos de escolha de consumo intertemporal observados no mundo real [...].⁸⁰

Os fatores econômicos associados aos culturais consistem em desafios quando se trata de garantir os direitos dos consumidores, justamente porque o comportamento dos mesmos vem de encontro a esses fatores. Independentemente da situação econômica do país, ou da situação financeira de certos consumidores, o comportamento será sempre pelo consumo compulsivo.

⁷⁷ METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

⁷⁸ METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014. p. 11

⁷⁹ METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

⁸⁰ ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017. p. 4

Nesses consumidores impera a vontade de comprar:

[...] o que os leva à continuidade do consumo mesmo após o conhecimento das consequências adversas sobre sua vida pessoal e social e sobre sua situação financeira. [...] uma vez que tenham perdido sua capacidade para controlar o processo de compra, os consumidores irão comprar coisas que talvez não utilizem, em quantidade superior ao necessário e superior ao permitido por seus recursos financeiros, ocasionando consequências adversas como sofrimento e problemas financeiros. [...], indivíduos com comportamento mais próximo à compulsividade tendem a apresentar maior quantidade de cartões, utilizá-los de forma mais intensa e menos regrada e possuir maior nível de dívidas no cartão [...].⁸¹

A cultura consumista é responsável pela vulnerabilidade financeira dos consumidores, geralmente são eles de baixa renda, e os elementos motivadores do endividamento são o crédito e a falta de educação financeira, por consequência “receita” da inadimplência.⁸²

Com o endividamento, o consumidor aumenta sua vulnerabilidade, se sujeita a qualquer trabalho, inclusive na economia informal, “é exposto às humilhações e às discriminações constantes”.⁸³ O cidadão-consumidor já fragilizado e vulnerável, ainda vê seus direitos sociais e sua dignidade ser violada, “quando seu trabalho é explorado pelos que detém o poder, por um preço não justo e nem digno”.⁸⁴

O endividamento parece que além de afetar os direitos dos consumidores, tornou-se inerente à vida atual, na sociedade de consumo, a economia de mercado passou a ser um elemento desse contexto. Observa-se que as facilidades de crédito, os longos parcelamentos passaram a fazer parte da cultura dos consumidores.

⁸¹ KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion Potrich. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 50, n.2, p.169-182, abr./maio/jun. 2015. p. 172

⁸² ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017. p. 4

⁸³ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 9

⁸⁴ ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017. p. 9

Cada vez mais há facilidades para que os consumidores contraiam empréstimos consignados, abertura de contas bancárias com crédito anexo para pessoas de baixa renda, os aposentados tornaram-se vítimas das operadoras de crédito, contraindo empréstimos que comprometem sua renda e sua dignidade.

Firma-se uma política cujo lucro e os benefícios são para o sistema financeiro, sobrando para os consumidores o superendividamento. São as assimetrias sociais, decorrentes de uma estrutura societária desigual, falta de acesso igualitário às oportunidades, falta de plena igualdade decorrente da estruturação interseccional de raça, classe e gênero que estão na base do modelo social moderno.⁸⁵

Nota-se, que na atual realidade brasileira, o capitalismo reproduz as desigualdades, a COVID-19 em populações já vulneráveis, tem maior probabilidade de contágio, os efeitos políticos e econômicos da epidemia não têm precedentes.⁸⁶ Revelando a urgência de políticas que venham ao encontro de efetivar a cidadania, a inclusão dos mais vulneráveis e fragilizados na sociedade, primando pelo tratamento igual aos desiguais.

2.3 OS FATORES POLÍTICOS

A defesa da cidadania demanda assegurar direitos definidos como legítimos, desse modo, a noção de cidadania passa a ser mais ampla, incorporando direito à igualdade, dignidade, à qualidade ambiental, direito do consumidor, direito à diferença, dentre outros.⁸⁷ Aí reside à importância dos fatores políticos, eles têm o condão de garantir o exercício pleno da cidadania.

Consumo e cidadania não podem ser dissociados, por serem processos culturais e práticas sociais que criam o sentido de pertencimento, “pois quando

⁸⁵ TEIXEIRA, João Paulo Allain. Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 276

⁸⁶ TEIXEIRA, João Paulo Allain. Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020. p. 276

⁸⁷ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

selecionamos e adquirimos bens de consumo, seguimos uma definição cultural do que consideramos importante para nossa integração e diferenciação sociais”.⁸⁸

Arendt avalia que:

Quanto mais fácil se tornar a vida em uma sociedade de consumidores ou de trabalhadores, mais difícil será preservar a consciência das exigências da necessidade que a compele, mesmo quando a dor e o esforço, as manifestações externas da necessidade, são quase imperceptíveis. O perigo é que tal sociedade, deslumbrada pela abundância de sua crescente fertilidade e presa ao suave funcionamento de um processo interminável, já não seria capaz de reconhecer a sua própria futilidade – a futilidade de uma vida que não se fixa nem se realiza em assunto algum que seja permanente, que continue a existir depois de terminado (seu) trabalho.⁸⁹

O consumidor desafiar o mercado, não se sujeitando às suas regras, exercendo sua cidadania, bem como “pode ser crítico e optar por ser um cidadão ético, consciente e responsável, o leva também a novas formas de associação, de ação política, de lutas sociais e reivindicação de novos direitos”.⁹⁰

Silveira Neto faz a seguinte referência:

As novas formas de produção e distribuição de bens levaram ao aparecimento de vínculos jurídicos diferenciados, tais como os contratos de massa, cujas cláusulas gerais são pré-definidas pelas empresas. Com efeito, o direito tradicional fundado na teoria da autonomia da vontade mostrou-se ineficaz na proteção da parte mais fraca da relação de consumo, o que resultou em práticas abusivas, a exemplo das cláusulas de não indenizar ou limitativas da responsabilidade, controle do mercado, eliminação da concorrência, etc.⁹¹

Foram inúmeros os fatores responsáveis por acentuar as desigualdades econômicas e políticas entre os detentores dos meios de produção e o consumidor, contribuindo para uma reação social, com o propósito de buscar uma tutela efetiva do consumidor por meio de um sistema normativo e principiológico específico.⁹² A

⁸⁸ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 37-38

⁸⁹ ARENDT, Hanna. **A condição humana**. Tradutor Roberto Raposo. 11 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014. p.167-168

⁹⁰ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 38

⁹¹ SILVEIRA NETO, Antônio. A ordem econômica globalizada e as relações de consumo – aspectos relativos à proteção do consumidor. **Prim@ Facie**, ano 1, n. 1, jul./dez. 2002. p. 3

⁹² SILVEIRA NETO, Antônio. A ordem econômica globalizada e as relações de consumo – aspectos relativos à proteção do consumidor. **Prim@ Facie**, ano 1, n. 1, jul./dez. 2002. p. 3

reação à mencionada desigualdade deu origem ao consumerismo, “movimento social organizado, próprio da sociedade de consumo”.

A partir do movimento social surge o Direito do Consumidor, disciplina jurídica direcionada ao estudo das relações de consumo, o objetivo precípua é:

[...] corrigir as desigualdades existentes entre fornecedores e consumidores, tais como imperfeições do mercado e sua incapacidade de solucionar, de maneira adequada, uma série de situações como práticas abusivas, acidentes de consumo, injustiças nos contratos de adesão, publicidade e informação enganosa, degradação ambiental, exploração de mão de obra e outros [...]. Além de estabelecer os direitos do consumidor, o Código de defesa do consumidor estabelece as normas de conduta que devem ser seguidas pelos fornecedores de produtos e serviços de consumo.⁹³

Os consumidores passam a ter direitos básicos, com a legislação consumerista. O Sistema de Defesa do Consumidor criado para concretizar uma proteção integral aos não iguais, identificando um novo sujeito de direitos. O equilíbrio entre as partes nas relações de consumo foi à base do sistema protetivo instituído pelo CDC, em seu artigo 4º, instituiu que 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”.⁹⁴

O artigo 4º define os princípios próprios que orientam a interpretação dos demais dispositivos do CDC. Grau demonstra o alcance das normas-objetivo: “possibilidade de introdução no universo jurídico normativo dos fins perseguidos pelo sistema [...] mediante padrões teleológicos perfeitamente definidos”.⁹⁵ E ainda segundo o mesmo autor:

[...] o Direito passa a ser atuado em vista à implementação de políticas públicas, políticas referidas a fins múltiplos e específicos. Pois a definição dos fins de tais políticas é enunciada precisamente nestas normas-objetivo, que, mercê disso, passam a determinar os processos de interpretação do Direito. Pretende o artigo 4º estabelecer parâmetros que devem nortear todo

⁹³ CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo**: impactos socioambientais no espaço urbano [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. p. 40

⁹⁴ BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 6 nov. 2020.

⁹⁵ GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. São Paulo: RT, 1991, p. 253.

e qualquer ato de governo, seja no âmbito legislativo, executivo ou judiciário, quando ao tratamento das relações de consumo. [...] a Constituição brasileira consagrou a proteção do consumidor como um dos princípios da ordem econômica, e o seu desenvolvimento depende da implementação de políticas públicas por parte do Estado.⁹⁶

As normas constantes no artigo 4º, do CDC, orientam a interpretação de outras normas do sistema consumerista, Grau enfatiza que o princípio da defesa do consumidor tem dupla função:

Princípio constitucional impositivo [...], a cumprir dupla função, como instrumento para a realização do fim de assegurar a todos uma existência digna e objetivo particular a ser alcançado. No último sentido assume a feição de diretriz – norma-objetivo dotada de caráter constitucional conformador, justificando a reivindicação pela realização de políticas públicas⁹⁷.

Os fundamentos da defesa do consumidor estão assegurados constitucionalmente, conforme o artigo 5º, inciso XXXII⁹⁸; artigo 170, inciso V⁹⁹, e artigo 48 do ADCT¹⁰⁰. “Acima desses, a proteção do consumidor decorre do fundamento da dignidade da pessoa humana”.¹⁰¹

Verbicaro defende a necessidade de interpretar a Política Nacional de Consumo como um compromisso entre Estado, sociedade civil e fornecedores, sob a mediação qualificada do ente público, identificando-se as ferramentas jurídicas colocadas à disposição do consumidor para a ocupação desses espaços:

⁹⁶ GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. São Paulo: RT, 1991. p.187.

⁹⁷ GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. São Paulo: RT, 1991, p. 253.

⁹⁸ Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

⁹⁹ Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

V - defesa do consumidor; BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

¹⁰⁰ Art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor. BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

¹⁰¹ LOPES, Rayssa Rodrigues; COUTO, Mirela Guimarães Gonçalves; MORAIS, Márcio Eduardo Senra Nogueira Pedrosa. O consumo diante da economia colaborativa e da uberização: relações de risco em uma sociedade conectada. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Evento Virtual, v. 6, n. 1, p. 121-138, Jan/Jun. 2020. p. 122

É preciso rever a premissa equivocada de um pseudo protagonismo estatal no cenário político que acaba por simplificar o alcance da Política Nacional das Relações de Consumo a uma mera norma programática de definição de competências administrativas. A sociedade de consumo evoluiu de tal maneira que, conquanto haja normas tão modernas nesse sentido, hoje em dia é muito mais fácil e convidativo, na esfera individual de interesses imediatos e pela política de recompensas econômicas, questionar um comportamento ilícito do empresário do que a conduta de um político, pois nesse último caso opta-se, quase sempre, por um protesto silencioso por meio da abstenção eleitoral e pelo sentimento geral de desencantamento com o regime democrático.¹⁰²

Embora existam barreiras processuais, o Judiciário responde as demandas de consumo, seja em caráter repressivo ou compensatório, diferentemente da esfera política, na qual raramente se visualiza medidas efetivas de insurgência qualificada.¹⁰³

Todavia, a tutela jurídica do consumidor não pode ficar confinada a um modelo judicial de ações individuais e pulverizadas de pouca ou quase nenhuma influência na prevenção e repressão efetiva de conflitos de consumo, sem falar que a litigância repetitiva do fornecedor se mostra economicamente vantajosa se comparada aos custos de investimento para o aprimoramento da qualidade e da segurança dos bens de consumo colocados diariamente no mercado. O consumidor é lesado no atacado e condenado no varejo.¹⁰⁴

A judicialização não deve ser o único caminho para solucionar os conflitos entre as partes nas relações de consumo. A melhor opção para essa aparente falta de perspectivas está na efetivação dos espaços políticos de deliberação conforme a Lei no 8.078/1990, Código de Defesa do Consumidor. Essa opção pauta-se, no “exercício do novo modelo de cidadania instrumental estimulado pela Política Nacional das Relações de Consumo”.¹⁰⁵

Essa por sua vez visa disciplinar o comportamento do Estado enquanto mediador de interesses antagônicos da sociedade de consumo e dos agentes do mercado, “efetivando o princípio da harmonia das relações de consumo de relevo

¹⁰² VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 538-539

¹⁰³ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 539

¹⁰⁴ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 538

¹⁰⁵ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 540

constitucional pela compatibilização da livre iniciativa e da proteção do consumidor como pilares da ordem econômica”.¹⁰⁶

Em sendo a legislação consumerista reconhecidamente uma conquista, baseada na dignidade da pessoa humana:

[...] o indivíduo deixa de ser tratado como objeto e passa a ser, um sujeito de direito. [...] a preocupação com respeito aos direitos fundamentais e, conseqüentemente, com a tutela do consumidor consolida os direitos do cidadão e promove o desenvolvimento econômico e social. Por ser um direito fundamental, todo o ordenamento jurídico brasileiro passa a ser vinculado a proteção do consumidor e o reconhecimento da proteção do direito do consumidor como direito fundamental, implica diretamente na obrigatoriedade de agir do Estado para tutela dos consumidores e conseqüentemente implementar políticas públicas que tornem efetivos os direitos criados.¹⁰⁷

Os artigos 4º e 5º¹⁰⁸, do CDC consistem em buscar um equilíbrio de forças entre o Estado, o consumidor e o fornecedor, ao criar metas, princípios, prioridades e ações concretas. O CDC objetiva reduzir a falta de interesse governamental na tutela efetiva do consumidor; mudar o comportamento empresarial, o qual deve ser pautado na ética, por meio do “aprimoramento tecnológico da qualidade e da segurança dos produtos e serviços colocados no mercado – que, naturalmente, impactam a margem de lucro dos fornecedores”.¹⁰⁹

Chaveiro afirma que:

O Estado para cumprir o mandado constitucional deve atuar não só na esfera legislativa, editando leis para regular as relações consumeristas, mas também na esfera administrativa por meio da implementação de políticas

¹⁰⁶ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 540

¹⁰⁷ CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016. p. 22

¹⁰⁸ Art. 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros: I - manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente; II - instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público; III - criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo; IV - criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo; V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor. BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 6 nov. 2020.

¹⁰⁹ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018. p. 541

públicas que promovam a aplicação imediata dos direitos já assegurados ao consumidor [...]. Faz-se necessário viabilizar instrumentos para a concretização desses direitos. Essas políticas implementadas pelo Estado, devem proteger os consumidores e garantir a efetividade dos direitos, principalmente os essenciais, que advém da Constituição Federal e da Declaração Universal dos Direitos do Homem, e que se encontram consagrados no Código de Defesa do Consumidor. Exige-se do Estado uma prestação positiva, pois a relação entre a implementação de políticas públicas e a concretização desses direitos é direta.¹¹⁰

O CDC dispõe sobre políticas públicas de defesa do consumidor, traz dois importantes instrumentos: a Política Nacional das Relações de Consumo e o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, composto por órgãos federais, estaduais, distritais e municipais, bem como entidades privadas de defesa do consumidor. “Este Sistema era coordenado pelo Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, que foi substituído pela Secretaria Nacional do Consumidor de Direito Econômico, no âmbito do Ministério da Justiça”.¹¹¹

Antes da política e do direito, uma mudança cultural se faz necessária. O consumidor promove e dissemina um modo de vida, ele não pode se tornar mercadoria vendável, como diz Bauman:

A sociedade de consumidores, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível - e uma condição de afiliação.¹¹²

O objetivo do consumo na sociedade precisa ser mais que a satisfação de necessidades, desejos e vontades.¹¹³ O assunto políticas públicas será aprofundado no segundo capítulo do estudo, contudo cabe dizer que já se concretizou com maior eficácia uma nova fronteira de atuação política do consumidor, esse começa a tomar consciência de seu poder econômico e político. E começa a deixar seus interesses e refletir sobre o bem da coletividade, que pode ser melhorado, apenas com suas

¹¹⁰ CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016. p. 24

¹¹¹ CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016. p. 24

¹¹² BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. p. 71

¹¹³ BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. p. 76

práticas de consumo consciente e responsável, ainda é preciso avançar, como será demonstrado a seguir, quando se abordará o tema formas de efetivação dos direitos do consumidor para efetivar políticas públicas.

CAPÍTULO 2

EFETIVAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS E OS DIREITOS DO CONSUMIDOR FRENTE A CRESCENTE INTEGRAÇÃO ECONÔMICA

O processo de globalização trouxe reconhecimento ao poder local, passou a ser cada vez mais considerado como um elemento estratégico para o desenvolvimento de ações direcionadas a um efetivo respeito aos direitos da pessoa humana, podendo ser observado a partir da descentralização da política brasileira, devido ao protagonismo assumido pelos municípios, no que se refere a promoção de políticas públicas.¹¹⁴ O poder local passou a aproveitar as oportunidades advindas da globalização, elaborando estratégia de mobilização, para a construção da cidadania, considerada base para o controle das decisões públicas, concretizando-se como uma alternativa para efetivar os princípios constitucionais.¹¹⁵

A expansão do crédito, como já relatado no primeiro capítulo do estudo, foi sendo gradualmente facilitada pelo governo brasileiro, com o propósito de ampliar o acesso aos empréstimos bancários. Entretanto, embora tenha se institucionalizado, significativamente, a economia do crédito, contribuindo para que a classe média obtivesse maior poder aquisitivo, às oscilações do mercado, fragilidades do país e os índices de inflação, acabaram por comprometer a renda dos brasileiros, que se viram superendividados.¹¹⁶

Assim como a revolução industrial contribuiu com o desenvolvimento tecnológico e formas de produção, a revolução tecnológica segue a mesma lógica, essa fez com que os consumidores passassem a exigir mudanças e alternativas mais práticas e rápidas. Desse modo, as empresas passaram a migrar do físico para o comércio eletrônico (*e-commerce*), satisfazendo as necessidades dos consumidores, reduzindo custos de produção, comercializando produtos e serviços através da internet. Esse novo modelo de negócio jurídico, beneficia empresas,

¹¹⁴ CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016.

¹¹⁵ CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016.

¹¹⁶ BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. **Opin. Publica**, Campinas, v. 14, n. 2, p. 380-413, novembro de 2008.

empreendedores, fornecedores e consumidores, este em razão da facilidade para comparar preços, os quais na maioria das vezes são menores no ambiente virtual que nos estabelecimentos físicos, além da praticidade propiciada aos consumidores pela compra sem sair de casa.¹¹⁷

Embora sejam inegáveis os avanços legais, para regulação das relações de consumo e criação de órgãos de defesa do consumidor, ainda identificam-se barreiras em âmbito local para efetivação de políticas públicas de proteção e defesa do consumidor. Assim, o objetivo desse capítulo é avaliar a possibilidade de efetivar políticas públicas para garantir os direitos dos consumidores, a partir da dinâmica da inserção de novas tecnologias, globalização, economia e política, enfim fatores que influenciam, direta ou indiretamente.

2.1 GLOBALIZAÇÃO E SOCIEDADE DE CONSUMO

Gradualmente cidades médias e metrópoles tiveram seus espaços geográficos ocupados, gerando uma urbanização descontrolada, consequência do processo produtivo concentrado em cidades polos, resultado da maximização econômica, gerando um colapso nas grandes cidades, tanto em âmbito social como econômico.¹¹⁸

O fenômeno da globalização gerou efeitos irreversíveis na sociedade brasileira, ao produzir desigualdades sociais e econômicas, eliminando as distâncias geográficas, permitindo que as informações e a comunicação se efetivem em tempo real, entre o global e o local.¹¹⁹

É preciso ter cautela ao definir a globalização como um fenômeno de natureza econômica e política, marcado por atributos que envolvem:

¹¹⁷ SOBHE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI, v. 4, n.4, p. 84-107, 4º Trimestre de 2013, p. 90

¹¹⁸ SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. **Revista de Geografia**, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009.

¹¹⁹ BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As consequências humanas**. São Paulo: Zahar, 1999.

[...] ampliação do comércio internacional e formação de um mercado global assentado numa estrutura de produção pós-fordista (ou pós-industrial); homogeneização de padrões culturais e de consumo; enfraquecimento da ideia de Estado-nação em benefício dos agentes econômicos do novo mercado global e formação de blocos comerciais.¹²⁰

A cautela reside no fato do processo de globalização não ser tão global quando se avalia seu poder seletivo e motivador de dualismo¹²¹, ou seja, a globalização é contraditória, excludente e proporciona perspectivas diferenciadas para cada país. Errôneo afirmar que a globalização é resultado apenas das forças de mercado, é necessário reconhecer a atuação do Estado, como estimulador da atividade produtiva e do mercado de consumo. Seria incoerente afirmar que a globalização “constitui um fenômeno universal, inclusivo e homogeneizador, ignorando o forte dualismo econômico e a exclusão econômico-social ao qual está relacionada”.¹²²

Entretanto, é visível a inovação proporcionada pela globalização, bem como o aumento da competitividade e rentabilidade das empresas, políticas tecnológicas com programas de cooperação entre setores público e privado são uma realidade em inúmeros países, que buscam resultados positivos da capacitação científica em âmbito local. Trata-se de uma globalização que busca constituir uma totalidade, considerando a comunidade e o mercado parte do sistema social.¹²³

A globalização conecta o mundo, países e pessoas, uniformiza padrões no espaço social e cultural. “É um fenômeno acelerado de mudanças radicais que revolucionou as economias e o trabalho; o comércio e as finanças internacionais; as comunicações e as culturas”.¹²⁴ Ainda que atue de maneira mais intensa no aspecto financeiro gerando graves consequências aos indivíduos, como a uniformização e a massificação que conflitam com a noção de cidadania, evidencia o individualismo; o

¹²⁰ MACEDO Júnior, Ronaldo Porto. Globalização e Direito do Consumidor. In: SUNDFELD, Carlos Ari; VIEIRA, Oscar Vilhena. (Coords.). **Direito Global**. São Paulo: Max Limonad, 1999. p. 338

¹²¹ Propõe que duas realidades completamente diferentes agem continuamente sobre um mesmo ponto.

¹²² MACEDO Júnior, Ronaldo Porto. Globalização e Direito do Consumidor. In: SUNDFELD, Carlos Ari; VIEIRA, Oscar Vilhena. (Coords.). **Direito Global**. São Paulo: Max Limonad, 1999. p. 37-38

¹²³ DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016.

¹²⁴ MENDONÇA, Claudia Maria Moreira K. A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado. In: CALGARO, Cleide; REZENDE, Elcio Nacur. (Coords.). **Direito e sustentabilidade II** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF. Florianópolis: CONPEDI, 2016. p. 146

indivíduo passa a ser único, centro do universo e o consumismo uma necessidade natural, fator essencial para solucionar as frustrações humanas.¹²⁵

O mercado de consumo desenvolvido no início do século XX passou por transformações tanto no que se refere ao oferecimento de produtos e serviços quanto às formas de comercialização e à maneira com que as empresas passaram a se relacionar com seus clientes. A impessoalidade e a relação sem rosto é também característica dessa fase, a qual demonstra ainda mais a necessidade de proteção ao consumidor-cidadão¹²⁶.

Na atual fase da sociedade capitalista, o processo globalização marca “as transformações socioespaciais, econômicas e culturais, que vem proporcionando a aproximação cada vez maior dos diversos lugares do mundo [...]”, fatores geradores de mudanças nos padrões de produção e de consumo.¹²⁷

Atualmente a sociedade está sob um paradoxo, de um lado tem-se o avanço das ciências e das técnicas, e de outro a referência à aceleração contemporânea das vertigens criadas por essa velocidade e pelo progresso que assume. Este é o mundo confuso e confusamente percebido na torre de babel que vive a nossa era globalizada. [...] o mundo é feito de imagens e do imaginário, alicerçado então, a serviço do império do dinheiro: a chamada monetarização da vida social e pessoal. Há que se considerar os três mundos num mundo só: a globalização como fábula; a globalização como perversidade; e por uma outra globalização.¹²⁸

Em pleno século XXI ganha evidência a busca por uma outra globalização, na qual dinheiro e informações estejam ao alcance de todos, que ocorra uma evolução social, inclusiva.¹²⁹

¹²⁵ MENDONÇA, Claudia Maria Moreira K. A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado. In: CALGARO, Cleide; REZENDE, Elcio Nacur. (Coords.). **Direito e sustentabilidade II** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF. Florianópolis: CONPEDI, 2016.

¹²⁶ SILVA, R.; REIS, J. O desafio da aplicação do princípio da solidariedade na sociedade hiperconsumista que cultua o descartável. **Revista Justiça do Direito**, v. 32, n. 3, p. 583-607, 8 mar. 2019. p. 584

¹²⁷ HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. v. 1. (Cadernos PDE). Disponível em: <http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>. Acesso em 20 out., 2020. p. 3

¹²⁸ DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016. p. 14

¹²⁹ DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016.

A mundialização do mercado se consolidou com a globalização, a evolução dos meios de comunicação permitiu que as informações fossem difundidas a todos os lugares em tempo real. Tem-se, assim, que “o crescimento do sistema capitalista é o responsável pela explosão do consumo, que se aproxima de uma *avalanche*, tal a sua expansão de valores”.¹³⁰

O processo descrito contribui para que o mercado consumidor se revele imensuravelmente atrativo, conquistando inclusive o mais inflexível consumidor. Nesse sentido, “a fluidez de todo um sistema funciona como uma máquina perfeitamente engrenada, registrando na sua infoprodução¹³¹ o fluxo circulatório dos produtos e dos valores monetários envolvidos”.¹³²

Pensar em consumismo é pensar na atividade industrial, na reprodução do capital, na disseminação de novas tecnologias, na circulação de informações, no comércio, nas operações financeiras, nos transportes, nos serviços, no crescimento das cidades. Enfim, no avanço de uma sociedade que vem provocando uma aproximação maior entre os lugares do mundo todo, a globalização. Com a prática do consumo exagerado, incorpora-se a dominação. A constante troca de mercadorias como celulares e todo tipo de eletroeletrônicos, pois a cada dia aparecem novos lançamentos com tecnologia diferenciada com vários aplicativos tornando o anterior menos atrativo ou obsoleto para muitos consumidores.¹³³

Tornou-se uma prática comum, além de ser a lógica do capital. Novos produtos, com novos modelos ou mesmos produtos com novos detalhes, atraem os consumidores, não pela necessidade, mas pelo prazer e a satisfação momentânea a que são induzidos, por meio de publicidades, propagandas, vitrines de lojas e

¹³⁰ SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. *Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. Revista de Geografia*, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009. p. 103

¹³¹ O setor que está no topo dos modelos de negócios online, e é um dos sistemas mais promissores de ganhos diretos e indiretos na internet, bastando o empreendedor ter criatividade e disciplina para fomentar ideias, validá-las e vender em canais digitais.

¹³² SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. *Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. Revista de Geografia*, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009. p. 103

¹³³ HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. v.1. (Cadernos PDE). Disponível em: <http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>. Acesso em 20 out., 2020. p. 3

facilidades de pagamento, elementos engendrados pelo mercado para atrair diversas classes sociais.¹³⁴

Nota-se a existência de dois padrões subentendidos, mensuração e velocidade, cresce a economia digital, representada pelo curto ciclo de vida dos produtos e serviços, impacto das novas tecnologias, resultando numa redefinição da cadeia de valor e da cadeia de operações dos negócios. A informação precisa ser interpretada como crucial, pela necessidade de aquisição de conhecimento no sistema globalizado e com a atual lógica de mercado, na qual o consumidor vem cada vez mais sendo enredado numa cultura individualista e o Estado enfraquecido na sua capacidade de promover políticas públicas de cidadania.¹³⁵

A extensão da competição em escala mundial, no mundo contemporâneo, dá origem a uma crescente desregulação e desorganização, de modo que as nações e coletividades vão se enfraquecendo cada vez mais sob o impacto da expansão do fluxo de dinheiro, mercadorias, tecnologias, informações e imagens. Atentar para a metáfora dos fluxos, neste momento em que vivemos, de capitalismo globalizado, é de grande importância, pois esses fluxos são entendidos como forças de descentramento, deslocamento no espaço e desmaterialização, promovendo a fragmentação cultural e a transposição dos valores.¹³⁶

A dinâmica do mercado exige resposta rápida, não há mais tempo para aguardar uma aceitabilidade por parte dos consumidores sobre determinado produto ou serviço. A lógica se inverteu, há uma busca por meio de pesquisas de opinião, sobre as expectativas, necessidades, predisposições dos consumidores a novos produtos e serviços, os quais já chegam ao mercado com um alto índice de interesse de aquisição.¹³⁷

[...] a sociedade atual dita sociedade pós-moderna é a sociedade globalizada e da sensação. O homem pós-moderno vive o paradoxo da fragilidade pessoal e da dependência do mercado. A globalização é a

¹³⁴ HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. v.1. (Cadernos PDE). Disponível em: <http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=20>. Acesso em 20 out., 2020.

¹³⁵ MNEMOSYNE, Tenessy; CAVALCANTE, Maurício; MATOS, Marcelo, et al. **Globalização e sociedade da informação**: perspectivas ético-políticas. BAHIA: REDPECT, 2005.

¹³⁶ DULCI, Luciana Crivellari. Globalização, moda e a cultura do consumismo. **Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, Universidad de la Rioja, Longroño, Rioja, Espanha, v. 8, n. 17, p. 81-89, 2015. p. 83

¹³⁷ DULCI, Luciana Crivellari. Globalização, moda e a cultura do consumismo. **Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, Universidad de la Rioja, Longroño, Rioja, Espanha, v. 8, n. 17, p. 81-89, 2015.

interligação do mundo. A uniformização e a massificação são instrumentos da globalização ou a sua consequência. E essa uniformização e massificação conflitam com o ego do homem pós-moderno que entende ser o centro do universo. Nesse conflito, o consumo aparece como escape das insatisfações humanas.¹³⁸

Vivencia-se uma sociedade globalizada e consumista, os indivíduos sofrem a influência ditada pelo mercado, necessitando de proteção, devido a crescente integração econômica. Os mais afetados mediante essa lógica, são as crianças, os idosos e os portadores de necessidades especiais, caracterizados como consumidores vulneráveis e hipervulneráveis.¹³⁹ É para essa questão que o estudo se volta a seguir, demonstrando que o Direito tem um papel predominante na proteção e regulação das relações de consumo.

2.2 CONSUMIDORES: VULNERÁVEIS E HIPERVULNERÁVEIS

Há um deslumbramento da sociedade de consumo com o mercado vibrante e diversificado de bens materiais, são inúmeras as possibilidades de aquisição e facilidades que são colocadas diariamente à disposição dos consumidores. Esses visando realizar desejos momentâneos vão além do seu poder aquisitivo. “Mas, tudo isso é fruto de um sistema econômico instalado a partir de um modelo político, correlacionado diretamente com a globalização”.¹⁴⁰

Se a modernidade é favorecida por uma gama de possibilidades disponibilizada pelo mundo globalizado, logo as oportunidades tendem a se efetivarem em favor de uma sociedade cada vez mais fascinada pelo consumo. É, portanto, o consumo atraído pelo prazer da posse, da vaidade e da alienação. Evidentemente que depende do lugar, para se estabelecer os níveis de consumo. Esse termômetro de consumismo fica muito atrelado ao sistema econômico do lugar (Estado federativo). Às vezes se rompem fronteiras para atingir objetivos dantescos de consumo, em nome de uma sociedade altamente alienada.¹⁴¹

¹³⁸ MENDONÇA, Claudia Maria Moreira K. A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado. In: CALGARO, Cleide; REZENDE, Elcio Nacur. (Coords.). **Direito e sustentabilidade II** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF. Florianópolis: CONPEDI, 2016. p. 138

¹³⁹ MENDONÇA, Claudia Maria Moreira K. A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado. In: CALGARO, Cleide; REZENDE, Elcio Nacur. (Coords.). **Direito e sustentabilidade II** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF. Florianópolis: CONPEDI, 2016. p. 138

¹⁴⁰ SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. **Revista de Geografia**, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009. p. 96

¹⁴¹ SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. **Revista de Geografia**, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009. p. 102

Como visto, o ser humano está conectado e interligado globalmente, as novas tecnologias da informação permitem ultrapassar as barreiras do território e do imaginário. “Mas, esse mundo ainda permanece enigmático e assustador, de modo que parece ser difícil para o indivíduo encontrar o seu verdadeiro lugar e compreender os limites de sua atuação objetiva”.¹⁴²

As mudanças sociais estão ligadas as tecnologias de comunicação e informação, as quais incorporadas no cotidiano, em âmbito pessoal e profissional, excluindo os que não possuem competências e habilidades, acentuando desigualdades, desemprego, fazendo com que a informação advinda do acesso e uso das tecnologias de comunicação assuma valor econômico, por consequência distinções social. Daí a máxima “quem tem informação tem o poder”.¹⁴³

A lógica capitalista transforma os cidadãos em consumidores, a palavra chave é imediatismo, o consumir passa a ser sinônimo de felicidade e realização, o prazer está no ato de consumir. A revolução do mercado globalizado com seus setores ricos e privilegiados não contribuem para uma distribuição mais igualitária.¹⁴⁴

Liberdade sem oportunidades é um presente diabólico, e a negação dessas oportunidades, um crime. A sorte dos mais vulneráveis nos dá uma clara medida da distância que separa o ponto onde nos encontramos de algo que pudéssemos chamar de civilização. A democracia está sendo atacada no mundo inteiro, até mesmo nos principais países industrializados; pelo menos a democracia no sentido significativo da palavra, que supõe oportunidades para as pessoas tratarem de seus próprios assuntos coletivos e individuais. Algo similar vale para os mercados. Os ataques à democracia e aos mercados estão profundamente relacionados. Suas raízes estão fincadas no poder de entidades empresariais cada vez mais interconectadas, cada vez mais dependentes de estados poderosos e menos controláveis pelo público.¹⁴⁵

Às necessidades da sociedade, podem ser analisadas mediante a produção, algumas décadas atrás, não existiam muitas opções à disposição dos consumidores, exemplo disso, pode ser ilustrado com veículos e eletrodomésticos,

¹⁴² RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001. p. 100

¹⁴³ RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001. p. 100

¹⁴⁴ MARCHESINI JUNIOR, Atilio. Uma análise da sociedade do consumo no contexto capitalista atual. **Revista Geográfica de América Central**, Universidad Nacional Heredia, Costa Rica, v. 2, julio-diciembre, p. 1-14, 2011, p. 3

¹⁴⁵ CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas?** Tradução Pedro Jorgensen Jr. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002. p. 47

não havia consulta de preferências, quanto a cores, capacidades ou designers. Enquanto hoje a produção além de se moldar as preferências dos consumidores, controla “os comportamentos de mercado, observando as atitudes e as necessidades da sociedade. Sabem o perfil do consumidor e produzem de acordo com este perfil”.¹⁴⁶ As redes sociais servem de ferramenta para avaliar os consumidores, seus hábitos, necessidades e preferências, analisados em seu perfil, via infográficos, quando navegam na internet, em busca de produtos ou serviços, publicidade e propaganda seguem a mesma lógica, uma breve busca na internet pelo consumidor, gera um “bombardeio” de ofertas.¹⁴⁷

[...] as dívidas contraídas pelos consumidores são um dos perigos mais imediatos. Para satisfazer suas necessidades eles não medem as consequências. O crédito fácil disponibilizado às pessoas torna-se uma armadilha da qual dificilmente se escapa e, à medida que o endividamento vai subindo, graças ao sistema da criação de necessidades, as pessoas vão ficando cada vez mais sob a dependência deste sistema, pela simples razão de que reduzir o ritmo do acréscimo da dívida equivale a abrandar a procura de bens e serviços de consumo.¹⁴⁸

Embora a concessão de crédito deva ser analisada para evitar inadimplência, ou para atenuar possíveis riscos que tornem impagável o crédito concedido, o que se observa constantemente é o colapso das finanças pessoais dos consumidores. Sua necessidade de consumir extrapola sua capacidade de pagamento. Soma-se a essa realidade as armadilhas dos empréstimos, por e-mail, redes sociais, que podem ser efetivadas por terminal eletrônico, computador ou celular. “O pesadelo se inicia quando ocorre o vencimento do crédito tomado. Surgem o estresse, a depressão, a infelicidade”.¹⁴⁹

Na tentativa de superar a concorrência entre as empresas, a propaganda e a publicidade são ferramentas para conquistar os consumidores. Uma empresa ou um processo, contudo, para ser válido dentro dos conceitos atuais, deve ser economicamente rentável, ambientalmente compatível e, socialmente justo. Cumprindo esta exigência, as empresas [...] criarão as condições básicas para a sua permanência no mercado. O ato de consumo nasce da necessidade de adquirir, utilizar e difundir aquilo que foi

¹⁴⁶ MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n.1, 2018. p. 6

¹⁴⁷ MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n.1, 2018.

¹⁴⁸ MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n.1, 2018. p. 11

¹⁴⁹ MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n.1, 2018. p. 11

indiretamente induzido pelo marketing e não exatamente o que se precisa. Esta é uma das finalidades do capitalismo.¹⁵⁰

Com base na lógica capitalista no mercado de consumo é que o Código de Defesa do Consumidor já no seu artigo 4º, inciso I¹⁵¹, reconhece de prontidão a vulnerabilidade do consumidor e expressa sua proteção, devido à desigualdade característica da relação de consumo que o Estado deve intervir procurando minimizar a disparidade entre os sujeitos da mesma.¹⁵²

Vulnerabilidade, sob enfoque jurídico, é o conceito relacionado diretamente à suscetibilidade, é a característica que aflora imediatamente quando se consagra uma relação em que haja um polo forte e um polo fraco, como ocorre na relação consumerista. É, portanto, um conceito relacional que surge toda vez que há uma sujeição, ou seja, uma fraqueza de uma parte em relação à outra em determinada situação. A vulnerabilidade, no âmbito consumerista, é a exteriorização do necessário equilíbrio que deve haver entre o conhecimento profissional, que está em posse dos fornecedores de produtos e serviços, e a ausência desse conhecimento por parte dos consumidores.¹⁵³

¹⁵⁰ SARRETA, Cátia Rejane L.. Algumas reflexões do poder simbólico em relação ao consumo na globalização. **Perspectiva**, Erechim. v. 36, n.134, p.19-29, junho/2012. p. 22.

¹⁵¹ 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; II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor: a) por iniciativa direta; b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas; c) pela presença do Estado no mercado de consumo; d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho. III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores; IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo; VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores; VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos; VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo. BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 6 nov. 2020.

¹⁵² PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020. p. 5

¹⁵³ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 21

Reconhecer as vulnerabilidades e desequilíbrios nas relações de consumo demonstra a preocupação constitucional de proteção a certos grupos e manifesta a força normativa do ordenamento jurídico. Nessa perspectiva, transparece a construção de mecanismos legislativos de efetivação de preceitos constitucionais e infraconstitucionais, com destaque ao Código de Defesa do Consumidor. Há uma tendência ao reconhecimento de elementos de fato pelo direito, evoluindo a partir da construção de uma interpretação pormenorizada aos aspectos da realidade fática associada à preocupação em alcançar o objetivo constitucional de proteção do consumidor.¹⁵⁴

O Código de Defesa do consumidor elegeu a vulnerabilidade como princípio fundante de tal microssistema, a partir da compreensão, exteriorizada no século XXI, de que o consumidor é o elo fraco da relação, estando em desequilíbrio negocial frente aos fornecedores de produtos e de serviços. A partir desse aspecto foram insculpidas, por meio da doutrina, diversas formas de vulnerabilidade, tais como, informacional, técnica, jurídica e fática. Entretanto, com o avanço das relações de consumo, a doutrina e a jurisprudência, passaram a observar que alguns grupos de indivíduos, dentre eles, os idosos, necessitavam de uma maior proteção, uma vez que possuíam uma vulnerabilidade potencializada, denominada de hipervulnerabilidade.¹⁵⁵

A hipervulnerabilidade se configura da interpretação da vulnerabilidade agravada, abrange determinados grupos de pessoas, como os idosos. Apesar da hipervulnerabilidade no Brasil ter adotado o critério etário como fundamento, por meio do Estatuto do Idoso, é preciso analisar caso a caso, significa dizer que, nem todo idoso será um hipervulnerável frente às relações de consumo. Entretanto, mesmo o Brasil sendo um país em franco desenvolvimento, é inquestionável que parcela da população ainda vive em extrema pobreza, e o que país ainda apresenta déficit educacional, informacional e instrucional, que afeta também os idosos, expondo-os ainda mais a danos variados.¹⁵⁶

Portanto, hipervulnerabilidade é produto da soma da vulnerabilidade intrínseca ao consumidor e da fragilidade que afeta grupos ou pessoas específicas,

¹⁵⁴ BET VIEGAS, João Ricardo. A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. **Res Severa Verum Gaudium**, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun., 2019.

¹⁵⁵ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 20

¹⁵⁶ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 25

é inerente e especial à situação pessoal de determinado consumidor.¹⁵⁷ Os quais sofrem com práticas abusivas nas relações de consumo, conforme os artigos 39 à 41¹⁵⁸ do CDC, destaca-se o inciso IV, do artigo 39, devido ao tipo de abusividade, que adentra “o plano das garantias principiológicas componentes fundamentais do arcabouço protecionista que o Código de Defesa do Consumidor prevê”.¹⁵⁹

¹⁵⁷ BET VIEGAS, João Ricardo. A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. **Res Severa Verum Gaudium**, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun., 2019. p. 83

¹⁵⁸ Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos; II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes; III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço; **IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;** V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva; VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes; VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos; VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro); IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. XI - Dispositivo incluído pela MPV nº 1.890-67, de 22.10.1999, transformado em inciso XIII, quando da conversão na Lei nº 9.870, de 23.11.1999. XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços. § 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor. § 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes. § 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Art. 41. No caso de fornecimento de produtos ou de serviços sujeitos ao regime de controle ou de tabelamento de preços, os fornecedores deverão respeitar os limites oficiais sob pena de não o fazendo, responderem pela restituição da quantia recebida em excesso, monetariamente atualizada, podendo o consumidor exigir à sua escolha, o desfazimento do negócio, sem prejuízo de outras sanções cabíveis. BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 6 nov. 2020.

¹⁵⁹ PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf>. Acesso em: 18 out. 2020. p. 6

O artigo 39, do CDC veta ao fornecedor “a possibilidade de formalizar um contrato de consumo válido prevalecendo-se do desconhecimento ou de um condicionamento desfavorável que o consumidor possa apresentar”.¹⁶⁰ Resguarda o legislador, justamente, o que a doutrina denomina de hipervulnerável, àqueles considerados frágeis e por isso mesmo alvos de fornecedores e prestadores de serviços que buscam se aproveitar desta condição, para obter vantagens na relação de consumo.¹⁶¹

Para que a tradução de igualdade seja refletida, bem como a dignidade da pessoa humana seja respeitada, é necessário que a hipervulnerabilidade do consumidor idoso seja reconhecida e levada à prática pelos fornecedores de produtos e serviços. E para que isso aconteça, a ideia de cuidado faz-se presente. A visão do cuidado é presente no direito do consumidor, em especial em relação aos hipervulneráveis idosos, pois é necessário que os fornecedores tenham o necessário apreço e responsabilidade com o que está sendo criado e a diligência primorosa para que possam visualizar para quem está sendo criado, no caso, os idosos.¹⁶²

Os idosos no século XXI foram percebidos pelos fornecedores como potenciais consumidores, essa percepção baseada no lucro com esse segmento, fez com que os idosos fossem incluídos no consumo massificado. A publicidade teve um papel central nesse contexto, ao focar em produtos e serviços que enaltecem a “juvenildade”, “a vida ativa”, “a melhor idade”, dentre outros que prometem reduzir as marcas do tempo, conquistando deste modo os idosos para o mercado de consumo.¹⁶³

Uma vez inserido o idoso no mercado de consumo, no Brasil, há a necessidade do respeito às garantias insculpidas na Constituição Federal, Código de Defesa do Consumidor e Estatuto do Idoso. Esse respeito deve-se ao fato de que as pessoas não perdem os seus direitos à medida que

¹⁶⁰ PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf> Acesso em: 18 out. 2020. p. 6

¹⁶¹ PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf> Acesso em: 18 out. 2020.

¹⁶² DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 28

¹⁶³ PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf> Acesso em: 18 out. 2020. p. 6

envelhecem, pois a velhice é um ciclo inevitável, que todos passarão, devendo ser rejeitado o rótulo, inculcado pela sociedade, de que se trata do momento da vida em que o indivíduo perde a sua condição humana.¹⁶⁴

O CDC é a legislação que procura atenuar o desequilíbrio entre os polos do mercado de consumo, nesse sentido, expressa limites ao poder dos fornecedores e concede garantias fundamentais aos consumidores. Em se tratando de vulnerabilidade acentuada, caso dos hipervulneráveis, ao inviabilizar a formação de um contrato de consumo justo, quando o fornecedor encontra no consumidor uma ausência de discernimento e falta de capacidade de analisar com exatidão o produto ou serviço que está adquirindo, que o consumidor encontra amparo contra as práticas abusivas do fornecedor no CDC.¹⁶⁵

O cuidado emerge como dever jurídico sob o escopo de que tanto a Constituição Federal de 1988, como o Código de Defesa do Consumidor, elegem a defesa do consumidor como princípio a ser observado, merecendo ampla concretização, razão pela qual as relações de consumo clamam pelo cuidado, tendo em vista que o consumidor deposita um confiança no produto ou serviço que será oferecido e espera que essa confiança seja correspondida de modo satisfatório.¹⁶⁶

O dever de cuidado dispensado ao hipervulnerável idoso vinculam as partes, fornecedor e consumidor, estabelecendo em prol deste último, portanto impondo ao fornecedor uma conduta diligente, no se refere à boa-fé e a dignidade da pessoa humana. Na prática o que se presencia nas relações de consumo, é a “inobservância cada vez maior da hipervulnerabilidade do consumidor idoso, restando o dever cuidado amplamente ao largo das relações firmadas, o que se traduz em abusos frente a tal grupo”.¹⁶⁷ A incidência dos abusos é constada principalmente em relação aos planos de saúde e créditos pessoais:

¹⁶⁴ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 27

¹⁶⁵ PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor**. 2015. Disponível em: <https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf> Acesso em: 18 out. 2020. p. 10

¹⁶⁶ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 28

¹⁶⁷ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 28

Dentro das abusividades, a exclusão do hipervulnerável idoso do plano de saúde, pelo uso exacerbado do serviço, bem como a omissão do envio de boletos ou o envio dos mesmos com valor equivocado, para que o idoso não efetue o pagamento ou, se efetuado, com valor errôneo, gerando, de forma propositada, por parte do fornecedor de serviço, a inadimplência do consumidor e, conseqüentemente, a rescisão do contratual. Outro aspecto que merece atenção é o reajuste dos planos em patamares que superam aqueles delimitados por lei e pela jurisprudência.¹⁶⁸

Quanto à oferta de crédito aos hipervulneráveis¹⁶⁹, evidencia-se a falta do dever de cuidado por parte dos fornecedores, sem as advertências necessárias do risco do comprometimento da renda, permitindo que contratos de adesão, gerem casos de superendividamento.¹⁷⁰

O Código de Defesa do Consumidor em consonância com o estabelecido no seu artigo 4º objetiva atender as necessidades dos consumidores, respeitando sua dignidade, saúde e segurança, protegendo seus interesses econômicos, melhoria da qualidade de vida, garantindo a transparência e harmonia nas relações de consumo. Contudo, devido as constantes transformações do mercado consumidor é imperioso que a legislação acompanhe e evolua para continuar assegurando os direitos dos consumidores.¹⁷¹

[...] em tempos de globalização, os consumidores da sociedade pós-moderna, volúvel, individualista, e, portanto, imediatista, na busca incessante pela satisfação pessoal e do prazer emocional, acabam sujeitos à sedução do consumismo, que mediante o consumo imoderado e bens e serviços aliado à má gestão financeira, passam a integrar à classe dos superendividados. Não basta a igualdade formal para que todos sejam iguais na sociedade. A vulnerabilidade está no fato de alguns serem os mais fortes, ou deterem posições jurídicas mais relevantes, ou ainda, deterem

¹⁶⁸ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 29

¹⁶⁹ “A termos de ilustração, hoje se vê a hipervulnerabilidade do consumidor idoso no oferecimento do crédito consignado com descontos diretamente na aposentadoria”. LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 9

¹⁷⁰ DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018. p. 29

¹⁷¹ LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015.

informações profissionais acerca de um produto ou serviço, em contrapartida à ignorância, e desconhecimento da outra parte.¹⁷²

O caráter protetivo do direito das relações de consumo tem como escopo atender a igualdade na sua acepção material, significa garantir o princípio da isonomia. “Presume-se que os consumidores estão em posição de fragilidade (desigualdade) frente aos fornecedores de produtos e serviços. A vulnerabilidade da pessoa natural enquanto consumidor é reconhecida por presunção absoluta”.¹⁷³ As pessoas jurídicas não fazem jus a presunção de vulnerabilidade, é preciso que demonstrem no caso concreto sua fragilidade, para a caracterização da vulnerabilidade e incidência das normas do direito do consumidor.¹⁷⁴

A vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo é um dos motivos que exige a premência de sua proteção, exercida, sobretudo, por meio da intervenção estatal, com a efetivação do Código de Defesa do Consumidor em conjunto à Constituição Federal e leis esparsas, nas relações de consumo. Tratando de uma norma válida, existente, e, portanto, eficaz, no CDC o direito à informação é um reflexo ou consequência do princípio da transparência e encontra-se umbilicalmente ligado ao princípio da vulnerabilidade. Com efeito, o consumidor não tem conhecimento algum sobre o produto ou serviço de que necessita; visto que o detentor desse conhecimento é o fornecedor, que tem o domínio do processo produtivo.¹⁷⁵

A vulnerabilidade dos consumidores é fundamento da proteção atribuída pelo ordenamento jurídico, sendo importante compreender as circunstâncias que geram suas fragilidades, porque a vulnerabilidade é diferente entre os consumidores. O reconhecimento dos diferentes níveis de vulnerabilidade, com o tratamento jurídico adequado aos consumidores mais frágeis, hipervulneráveis é

¹⁷² LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 6

¹⁷³ MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015. p. 31

¹⁷⁴ MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015.

¹⁷⁵ LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 7

tema pulsante no meio jurídico, demonstrando a evolução do direito nas relações de consumo.¹⁷⁶

Em uma sociedade em que o novo é supervalorizado e o antigo obsoleto, o idoso se vê relegado no que se refere ao acesso de bens e serviços fundamentais, assistência de saúde, por exemplo, tornando-se vítima fácil do superendividamento. “A previsão constitucional da tutela do idoso, e mesmo sua regulamentação pelo Estatuto do Idoso, ainda demandam eficácia adequada para a viabilização de uma proteção real e concreta”.¹⁷⁷

A tutela eficaz dos consumidores hipervulneráveis depende da observância das diferentes espécies normativas no ordenamento jurídico, dentre elas as normas constitucionais, tratados internacionais de Direitos Humanos dos quais o país é signatário e normas infraconstitucionais com suas regulamentações.

As crianças também são reconhecidas em sua vulnerabilidade agravada, contando com disposições normativas protetivas tanto no CDC, como no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). Por sua vez “o idoso tem sua fragilidade mais acentuada quando se trata de serviços privados de saúde, que em virtude da alta sinistralidade impõem reajustes abusivos”. Para assegurar ao idoso seus direitos foram elaboradas disposições normativas para impedir tais práticas abusivas, “a exemplo do artigo 15, § 3º do Estatuto do Idoso, que tem sido considerado pela jurisprudência pátria para limitar o reajuste por mudança de faixa etária até os 59 anos do consumidor”.¹⁷⁸

A vulnerabilidade agravada, hipervulnerabilidade se estende a pessoas com deficiência, variando de acordo com o tipo de deficiência que apresentam. Mobilidade reduzida, a fragilidade tem relação como à acessibilidade a lojas e estabelecimentos comerciais que não possuem adaptações para o trânsito de consumidores cadeirantes. Deficientes visuais, que demandam mecanismos de leitura em braile para obter acesso a informações. Os analfabetos, fragilidade

¹⁷⁶ MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015. p. 30

¹⁷⁷ KONDER, Carlos Nelson. O segundo passo: do consumidor à pessoa humana. **Revista Brasileira de Direito Civil**, v. 1, jul./set., p. 276-280, 2014. p. 278

¹⁷⁸ MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015. p. 38

informativa mais acentuada, podendo ser facilmente enganados. Enfim, são alguns dos casos que se observam diariamente nas relações de consumo, que denotam a importância da proteção constitucional e infraconstitucional aos hipervulneráveis, em respeito ao princípio da dignidade da pessoa humana.¹⁷⁹

Os desafios à manutenção do equilíbrio entre cidadãos-consumidores e fornecedores, centram-se na regulação do direito ao crédito, assegurar os interesses dos vulneráveis e hipervulneráveis; eliminar os obstáculos à eficácia social normativa por meio do diálogo entre fontes¹⁸⁰, procurando implementar as normas já positivas, atendendo à vontade do legislador constituinte de proteção ao consumidor e vigilância à integridade da dignidade humana, por meio de políticas públicas.

2.3 POLÍTICAS PÚBLICAS DE DEFESA DO CONSUMIDOR E SEUS DESAFIOS

O ser humano na pós-modernidade se vê influenciado pelo consumismo e a globalização, vive numa busca constante para atender suas próprias necessidades, “o mundo econômico e capitalista aliena o homem e o faz pensar que somente consumindo atingirá a satisfação pessoal”.¹⁸¹

É importante refletir sobre políticas públicas direcionadas a educação para o consumo, principalmente para crianças e os adolescentes, procurando modificar a consciência consumista que impera na sociedade atual. Despertando nos futuros consumidores uma consciência crítica, que auxilie a distinguir entre necessidade e desejo, assumindo responsabilidade social e coletiva, pois as ações

¹⁷⁹ MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015. p. 38

¹⁸⁰ LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015. p. 14

¹⁸¹ DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016. p. 15

presentes impactarão o futuro, e o consumo consciente é essencial para a efetivação de direitos fundamentais de todos os cidadãos.¹⁸²

A globalização afeta o direito do consumidor de diversas maneiras. Em primeiro lugar, ela reforça e é estimulada por um poderoso movimento de reestruturação produtiva que se verifica no capitalismo moderno, gerando impacto direto na sociedade de consumo. O desafio maior constitui-se em não aceitar a ideia de globalização como um processo homogêneo e imposto por uma lógica histórica necessária, mas antes como um novo momento do capitalismo moderno, que oferece novas perspectivas para arranjos institucionais alternativos.¹⁸³

Surge a necessidade que os juristas brasileiros reforcem os instrumentos legais a defesa do consumidor, para protegê-los de velhas e novas ameaças, diante dos novos problemas que acometem a sociedade de consumo, e demandam soluções inovadoras.¹⁸⁴

O sistema jurídico se propôs a rearranjos normativos para alinhar-se a uma nova ordem social que abrange fatores políticos, econômicos e sociais. Com razão, a relação estabelecida entre pós-modernidade e matriz jurídica interpretada como “era da desordem”, principalmente devido à dissolução de limites complexos e “estanques entre Direito Público e Direito Privado, resultou na aproximação dos domínios jurídicos”.¹⁸⁵

Rompendo com o modelo antigo a Constituição Federal de 1988 volta-se para garantia dos direitos fundamentais, resgatando as promessas do Estado do bem-estar Social. As políticas públicas entram em cena e visam o equilíbrio social, para sanar lacunas das omissões governamentais, através da manutenção ou alteração da realidade dos setores da vida social.¹⁸⁶

¹⁸² DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016.

¹⁸³ MACEDO Júnior, Ronaldo Porto. Globalização e Direito do Consumidor. In: SUNDFELD, Carlos Ari; VIEIRA, Oscar Vilhena. (Coords.). **Direito Global**. São Paulo: Max Limonad, 1999. p. 37-38

¹⁸⁴ MACEDO Júnior, Ronaldo Porto. Globalização e Direito do Consumidor. In: SUNDFELD, Carlos Ari; VIEIRA, Oscar Vilhena. (Coords.). **Direito Global**. São Paulo: Max Limonad, 1999.

¹⁸⁵ ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017. p. 542

¹⁸⁶ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020.

O almejado equilíbrio social demanda ações governamentais que devem alcançar o bem-estar social em consonância com o interesse público. Os diversos atores que fazem parte dessa relação (grupos econômicos, políticos, classes sociais e sociedade civil) tentam compatibilizar os objetivos políticos na busca da solução de problemas sociais, sempre utilizando o meio mais eficaz possível. Nessa esfera de soluções de problemas, identificam-se duas dimensões. A primeira dimensão é a técnica, que procura estabelecer uma relação perfeita entre objetivos a serem alcançados e instrumentos utilizados, pois alguns instrumentos são mais adequados que outros para resolver as celeumas sociais. A segunda é a dimensão política, pois se trata de um problema político.¹⁸⁷

As duas dimensões demandam conhecimento para realizar escolhas, cabe ao agente político atender os anseios sociais. O Estado deve conhecer as questões sociais, para agir por meio dos seus atores, definindo o caminho mais adequado em conformidade com os recursos disponíveis. “Os problemas públicos precisam encontrar o equilíbrio entre o que é tecnicamente eficiente e também o que é politicamente viável”.¹⁸⁸

Políticas públicas são programas de ação governamental, que procuram compatibilizar os recursos disponíveis do Estado para efetivar os objetivos socialmente importantes, que são do âmbito do direito público. É preciso uma análise jurídica sobre a questão, em razão de ser por meio do direito que se define um quadro institucional público, que por sua vez permite a implementação de determinada política pública. Há uma ligação entre governo e administração pública, cedendo uma expressão formal e vinculativa, através de atos normativos para materialização da política.¹⁸⁹

Em relação aos atores privados, eles atuam na estruturação do espaço de uma política pública, sem envolver o controle governamental diretamente, podendo ser indiretamente afetados com os resultados de políticas públicas, são exemplos,

¹⁸⁷ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020. p. 61546

¹⁸⁸ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020. p. 61546

¹⁸⁹ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020.

centros de pesquisas, grupos de interesses, associações e os próprios destinatários finais.¹⁹⁰

Os atores têm papel fundamental nos ciclos das políticas públicas, pois é por meio deles e o modo como se organizam que a tomada de decisão é feita. Ressalte-se que o processo decisório pode sofrer alterações, dando visibilidade suficiente aos seus anseios ou da classe que representa, transformando em um problema político, que fará parte de uma agenda pública e, posteriormente, passar para a fase de formulação e implementação, chegando finalmente na fase de monitoramento e avaliação das políticas públicas.¹⁹¹

Cumprir frisar que no atual contexto, as relações de consumo são estimuladas pelo predomínio de atividades econômicas nacionais e internacionais. O fenômeno da globalização e mundialização transformaram padrões de cultura e consumo. Tem-se o globalismo localizado, no qual as práticas são executadas no âmbito de relações privadas, “seus reflexos suplantam liames individuais e afetam interesses institucionais na sociedade líquida”.¹⁹² Análise que remete a proteção do consumidor, iniciativa adotada por todos os países, para “promover os interesses dos consumidores no cenário econômico e no mercado de consumo”.¹⁹³ No Brasil, a referida política pública passou por três avanços rumo a efetivação dos direitos do consumidor:

O primeiro avanço foi a adoção de estrutura legislativa adequada por meio do Código de Defesa do Consumidor e outras legislações esparsas. O segundo avanço foi o estabelecimento de órgãos estatais especificamente responsáveis por assuntos ligados ao consumidor. O terceiro aspecto inovador foi o surgimento de organismos não governamentais que promovem os interesses dos consumidores. As relações de consumo também podem fomentar o desenvolvimento econômico, pois uma economia bem-sucedida depende de um mercado de consumo fortalecido, no qual consumidores e fornecedores dispõem de prerrogativas para exercer seus direitos em harmonia e de participar de uma relação equilibrada.

Essa relação equilibrada passa por direito fundamental do consumidor

¹⁹⁰ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020.

¹⁹¹ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020. p. 61549

¹⁹² ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017. p. 544

¹⁹³ OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020. p. 61552

que é o de ser ouvido em suas necessidades. Reside aí à importância da efetivação dos direitos dos consumidores, que depende de canais de comunicação que venham ao encontro de facilitar seu acesso aos direitos assegurados pela política nacional das relações de consumo, a qual reconhece o consumidor como elemento fundamental no mercado econômico, em conformidade com o já citado, artigo 170, inciso V, da Constituição Federal de 1988.¹⁹⁴

É notável, pois, que a sociedade de consumo pós-moderna esteja marcada por situações de insegurança e diferenças jurídicas, as quais penetram profundamente no âmbito de relações eminentemente consumeristas, clamando por mecanismos tutelares com força imperativa para regular os assuntos sensíveis ao interesse público, ainda que travados no âmbito de relações interprivadas. Esse é o contexto que fomentou a necessidade de criação de um sistema de proteção ao consumidor, numa concretização da tutela das diferenças que marcam categorias jurídicas facilmente aviltadas pela lógica mercadológica de consumo e produção.¹⁹⁵

A caracterização de uma ordem de consumo mundial foi intensificada pelo ingresso de atores internacionais e regulações jurídicas autônomas alavancando a dicotomia existente entre as duas categorias que fazem parte da lógica de consumo, constituída por agentes monopolizadores do processo de produção e consumidores. A dicotomia consiste em identificar o predomínio dos interesses de quem detêm o controle do poder econômico e da cadeia produtiva “em contraponto à fragilidade e à subserviência daqueles que necessitam consumir e, na maioria das vezes, estão em condições econômicas e técnicas inferiores”.¹⁹⁶

Diante da constatação de diferenças substanciais entre os entes da relação de consumo, a concretização do princípio da dignidade humana e da igualdade se mostrou possível mediante a correção das assimetrias provocadas pela nova ordem econômica. Por isso, a idealização de um microssistema de proteção das relações de consumo – implementada pelo Código de Defesa do Consumidor, representa o escopo de solidariedade social e igualdade jurídica substancial em contraponto à inferioridade em que se encontra o consumidor frente ao fornecedor na relação de consumo; em outras palavras, em contrapartida à vulnerabilidade do consumidor.¹⁹⁷

¹⁹⁴ VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, out. 2017/Jan., 2018.

¹⁹⁵ ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017. p. 545

¹⁹⁶ ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017. p. 545

¹⁹⁷ ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017. p. 545

Os consumidores quando se sentem lesados em seus direitos buscam junto ao Poder Judiciário resolver seus conflitos, os quais poderiam ser solucionados no âmbito administrativo dos fornecedores de produtos e serviços. Os consumidores sofrem com um acúmulo de ofertas, por vezes enganosas, e ao precisarem buscar seus direitos, se veem fragilizados, frente aos obstáculos de um polo passivo, devido à ausência ou impossibilidade de “identificar os responsáveis pelo fornecimento dos produtos ou serviços oferecidos e contratados; e que contratam por adesão, por meio telefônico ou internet”, resultando em dificuldade de provar o que contrataram.¹⁹⁸

É inegável a evolução na tutela do consumidor, que conta com uma legislação pormenorizada, reconhecida como um dos melhores sistemas de proteção ao consumidor no mundo, todavia ainda existe um trajeto a ser percorrido para combater às práticas de fornecedores que persistem em contar com a ignorância e a falta de tempo dos consumidores na busca pelos seus direitos. Portanto, cabe reconhecer que:

O ideal da dignidade da pessoa humana, um dos fundamentos do Estado Democrático de Direito, vai além de um tratamento digno nas esferas da saúde, moradia, e o respeito à integridade física do cidadão. Tal dignidade está inserida no âmago do exercício da cidadania, onde uma natural e histórica evolução nos trouxe a usufruir um status ativo nos direitos fundamentais, participando efetivamente da construção de uma sociedade mais justa e fraternal.¹⁹⁹

No que se refere à globalização, ficou evidenciado que é o ponto crucial da internacionalização do capitalismo neoliberal, responsável por impor uma forma de relação econômica que enaltece a “competitividade, o consumo, a informação, a desterritorialização e as comunicações transfronteiras”.²⁰⁰

Outro ponto relacionado aos direitos do consumidor frente a crescente integração econômica envolve “o homem enquanto ator social ter que agir

¹⁹⁸ GERAIGE NETO, Zaiden; COSTA, Kerton Nascimento. A Eficácia do Código de Defesa do Consumidor em Face do Tratamento Diferenciado aos Consumidores na Fase Pós-Venda, por Parte dos Serviços de Atendimento ao Consumidor. **Seqüência**, Florianópolis, n. 71, p. 221-238, dez. 2015. p. 236

¹⁹⁹ GERAIGE NETO, Zaiden; COSTA, Kerton Nascimento. A Eficácia do Código de Defesa do Consumidor em Face do Tratamento Diferenciado aos Consumidores na Fase Pós-Venda, por Parte dos Serviços de Atendimento ao Consumidor. **Seqüência**, Florianópolis, n. 71, p. 221-238, dez. 2015. p. 236

²⁰⁰ MNEMOSYNE, Tenessy; CAVALCANTE, Maurício; MATOS, Marcelo, et al. **Globalização e sociedade da informação**: perspectivas ético-políticas. BAHIA: REDPECT, 2005. p. 4

localmente, criando espaços de inserção social, para evitar que sua identidade, individual ou social, seja massacrada pelos ditames do global”.²⁰¹ Demonstrando a importância de fortalecer os níveis comunitários, enquanto meio capaz de apoiar o indivíduo naquilo que o diferencia e o personaliza, afastando-o das tendências padronizantes.²⁰²

Por fim, a consolidação dos instrumentos jurídicos destinado à regulamentação da figura jurídica do consumidor configura-se no âmago de uma sociedade pós-moderna, com arranjo de fatores como o pluralismo jurídico, globalização e o alto nível de informação, características antagônicas juridicamente, quando se trata de conflitos entre fornecedor e consumidor.²⁰³

Não só, a premissa base de reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor nas relações de consumo, expressa segurança necessária e essencial ao sistema protetivo de consumo brasileiro, denominado Código de Defesa do Consumidor. Como também se destaca a parceria público/comunitária para resoluções de conflitos extrajudiciais, como forma de minimizar a disparidade entre fornecedor e consumidor, quando ocorrem as celeumas nas relações de consumo, o que será analisado no terceiro capítulo deste estudo.

²⁰¹ RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001. p. 103

²⁰² RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001.

²⁰³ ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017.

CAPÍTULO 3

RESOLUÇÃO DE CONFLITOS EXTRAJUDICIAIS NA PARCERIA PÚBLICO/COMUNITÁRIA NA MEDIAÇÃO

A proteção do consumidor não se limita mais ao local, regional ou nacional, as relações de consumo ultrapassaram o território, essa abertura dos mercados e a crescente integração econômica, a regionalização do comércio, o crescimento das telecomunicações, da conexão em rede de computadores, do comércio eletrônico, são fatores que contribuíram para que o consumo extrapolasse as fronteiras nacionais.²⁰⁴

Além dos produtos estrangeiros no ambiente virtual, eles também já podem ser adquiridos nos supermercados, assim como serviços via fornecedores com sede no exterior no telemarketing, por meio da televisão, rádio, Internet, enfim os meios de comunicação através da publicidade massificada que invade a vida dos cidadãos. Os consumidores podem adquirir produtos nacionais e internacionais sem se deslocar para outras regiões ou países.²⁰⁵

Esse fenômeno reforça que o debate sobre a proteção do consumidor é essencial, tendo em vista os mercados globalizados, trata-se de harmonizar os interesses do mercado aos direitos humanos em tempos pós-modernos, de individualismo e integração econômica cada vez mais desenvolvida.²⁰⁶

Vivemos em uma cultura pré-moldada, que força a paixão por consumir (relações, informação inútil, não formativa, viagens de turismo acidental, coisas supérfluas, etc.) e que nos condiciona a seguir a rota da ansiedade, que terminará fatalmente em melancolia e indiferença. E uma cultura que personifica os objetos e coisifica as pessoas. Vivemos em uma cultura globalizada, onde todos consumimos e falamos os mesmos tópicos e lugares comuns, e que globaliza também a trivialização dos sentidos (como significado e como sensibilidade [...]).²⁰⁷

²⁰⁴ MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

²⁰⁵ MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

²⁰⁶ MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

²⁰⁷ WARAT, Luiz Alberto. **Surfando na pororoca**: o ofício do mediador. Florianópolis: Fundação Boieteux, 2004. V.3. p. 46

Com a supressão das fronteiras e a realização do mercado único, os conflitos nas relações de consumo demandam cada vez mais efetivar ações e procedimentos direcionados a proteção dos consumidores. Daí a importância de um corpo legislativo que materialize a proteção dos consumidores,²⁰⁸ assim objetiva-se nesse capítulo avaliar iniciativas direcionadas a defesa do consumidor que envolve parceria público/comunitária na mediação.

3.1 RESOLUÇÃO DE CONFLITOS EXTRAJUDICIAIS

É imprescindível que os cidadãos-consumidores tenham a possibilidade de ter acesso a Justiça, como “fato natural e inerente à condição da própria pessoa humana, como parte indispensável do complexo de direitos e deveres que caracteriza o viver em sociedade”.²⁰⁹ Esta é a única maneira de se estabelecer o acesso à ordem jurídica justa. Quando o objetivo consiste em equilibrar as dificuldades do acesso à Justiça, é necessário ter em vista que uma grande parcela da população está excluída da proteção jurídica, devido à situação em que vive, ou seja, diferença na distribuição da renda, vivendo à margem da sociedade.²¹⁰

[...] muitas vezes, diante da pequenez do bem jurídico violado, quase sempre o ofendido acaba renunciando ao próprio direito, por saber que a morosidade do Judiciário lhe trará mais prejuízo do que benefício. Em geral, é a camada menos favorecida da população quem sofre com as consequências mais desastrosas da dificuldade do acesso à Justiça. A falta de acesso ao Judiciário constitui, ainda hoje, um dos problemas que mais afligem a sociedade brasileira.²¹¹

O desenvolvimento do Brasil e o conseqüente aumento do nível educacional, resultado do acesso à informação, a sociedade em geral passou a reivindicar seus direitos, ocorrendo uma demanda maior por solução de conflitos. Mediante esse fato, o Estado não tem mais condições de solucionar por completo o aumento das controvérsias, já que nem tudo cabe apenas à seara do direito. Surge

²⁰⁸ GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. Proteção internacional do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 107, set./out., 2016. p. 4

²⁰⁹ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015. p. 3

²¹⁰ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015. p. 3

²¹¹ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015. p. 3

deste modo, a necessidade de novos mecanismos que possam atender as diferentes características de cada conflito.²¹²

Apesar de o Estado ter o dever de tutelar os direitos dos cidadãos, não possui a estrutura para sanar todas as necessidades que ocorrem, com a globalização e urbanização desenfreada. Mesmo o acesso à justiça assegurado como direito fundamental; interpretado como a possibilidade de todos, independente de situação econômica, terem esse direito, os limites para sua efetivação é tema constante de pesquisas e estudos, que tratam sobre a judicialização dos conflitos o sistema de resolução e defesa dos direitos protegidos.²¹³

Para este fim, os métodos alternativos, processos que permitem, conforme suas peculiaridades, possibilidades para chegar a um consenso sem necessidade de levar as instâncias judiciais. A necessidade se justifica pela necessidade de evitar o colapso do sistema judicial e solucionar as controvérsias antes da fase judicial.²¹⁴

“Extrajudicial, considerando a origem do prefixo latino *extra*, representa aquilo que está em posição exterior ao Judiciário”. Com o advento do Código de Processo Civil de 2015 e a Lei de Mediação, evidenciam-se os institutos de mediação e/ou conciliação, acrescente-se também a Resolução nº 125/2010 do CNJ que prevê o emprego da conciliação e mediação como políticas judiciárias. Importante destacar que os institutos em relação ao Judiciário não são excludentes, podem ocorrer dentro ou fora do poder estatal.²¹⁵

O sistema jurídico brasileiro precisou evoluir, buscar novos mecanismos jurídicos e implementar novas técnicas. Bons exemplos tais como: Resolução nº 125/2010 do Conselho Nacional de Justiça, Novo Código de Processo Civil (Lei nº 13.105/2015, Lei da Mediação (Lei nº 13.140/2015), refletem uma nova ordem processual, na qual os meios consensuais devem ser amplamente usados e até obrigatórios na sistemática do processo,

²¹² PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018. p. 6

²¹³ JIMÉNEZ, Macarena Paz Gaete. **Métodos alternativos de resolução de conflito**. In: FÓRUM DE CORTES SUPREMAS DO MERCOSUL, Universidade Alberto Hurtado, Santiago – Chile, 2016.

²¹⁴ JIMÉNEZ, Macarena Paz Gaete. **Métodos alternativos de resolução de conflito**. In: FÓRUM DE CORTES SUPREMAS DO MERCOSUL, Universidade Alberto Hurtado, Santiago – Chile, 2016.

²¹⁵ MAZZEI, Rodrigo; CHAGAS, Bárbara Seccato Ruis. Métodos ou tratamentos adequados de conflitos?. **Revista Jurídica da Escola Superior de Advocacia da OAB-PR**, EDIÇÃO ESPECIAL, Ano 3, n. 1, maio, 2018. p. 8

alterando a maneira convencional de se chegar a conclusão satisfativa de uma demanda.²¹⁶

Pode-se dizer que está aumentando a percepção, nos últimos anos, sobre o processo judicial não se configurar como via adequada para a composição de todos os conflitos, cabendo ao o Estado criar outros mecanismos que assegurem o acesso à justiça. Conquanto, as estruturas tradicionais de resolução de conflitos e “técnicas alternativas de solução de disputas interindividuais e sociais classificam-se, em três grupos: autotutela, autocomposição e heterocomposição”.²¹⁷

O Poder Judiciário, um dos três poderes clássicos do Estado, vem assumindo [...] uma função fundamental na efetivação do Estado Democrático de Direito. É o guardião da Constituição, cuja finalidade, basicamente, repousa na preservação dos valores e princípios que a fundamentam - cidadania, dignidade da pessoa humana, valores sociais do trabalho e da livre iniciativa, além do pluralismo político [...]. Um dos motivos da existência do Poder Judiciário é a sua função de aplicar o direito com independência, impondo a sua observância indistinta e na busca da pacificação social.²¹⁸

Porém, com o interesse social de uma prestação jurisdicional efetiva, associado à crise no judiciário, devido ao excessivo acúmulo de processos, a iniciativa do Conselho Nacional de Justiça, ao editar a Resolução 125/2010 veio ao intento da sociedade que anseia por apaziguar os problemas enfrentados. A resolução passa a ser um “marco, pois antes da edição da referida resolução, o judiciário sempre teve uma proposta jurisdicional com base em decisões de mérito, heterocompositivas”.²¹⁹

No Brasil, a autocomposição pode ser dividida em três modalidades, quais sejam, a negociação: quando o acordo é firmado entre as partes, sem que haja a intervenção de terceiros, mediação: quando o acordo é firmado na presença de um terceiro imparcial, que ajudará na manutenção da ordem e do diálogo, e a conciliação: quando existe a presença de um terceiro

²¹⁶ PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018. p. 9

²¹⁷ PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018. p. 9

²¹⁸ SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007. p. 93

²¹⁹ PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018. p. 14

imparcial, interferindo com fatos e informações relevantes sobre o litígio, buscando a melhor forma de solucionar o impasse.²²⁰

Na heterocomposição ou meio adjudicatório, a resolução do conflito é transferida a um terceiro imparcial, árbitro ou juiz, o qual estabelece a resposta definitiva e impositiva em relação às partes. Pode ocorrer de duas formas, a primeira, forma arbitral, as partes escolhem um terceiro de confiança para decidir a demanda; na segunda, forma jurisdicional, uma das partes, usando do seu direito de ação, acessa o Poder Judiciário, com a intenção de resolver a questão litigiosa, por meio de decisão proferida por uma autoridade investida de poder coercitivo, Estado-Juiz. No Brasil, heterocomposição e autocomposição são meios considerados válidos, devendo ser empregadas de forma a atenuar os conflitos de interesses.²²¹

Considerando o fato de que se levam em linha de conta os sujeitos envolvidos e a sistemática operacional do processo utilizado, temos as seguintes modalidades de heterocomposição: jurisdição, arbitragem, mediação (de certo modo) e a conciliação. [...] a divisão acima não é consensual na doutrina. Existem autores que consideram a conciliação e a mediação como meios autocompositivos e como meios heterocompositivos a arbitragem e a jurisdição.²²²

A prevalência descrita baseia-se no fato de a classificação levar em conta os sujeitos envolvidos na sistemática operacional do processo utilizado. Dito de outra forma, na autocomposição apenas os sujeitos originais em conflito é que se relacionam para solucioná-lo, “conferindo origem a uma sistemática de análise e solução da controvérsia autogerida pelas próprias partes”.²²³

No entanto, na heterocomposição a intervenção é feita por um agente exterior aos sujeitos originais na dinâmica da resolução do conflito, transmitindo em maior ou menor grau para esse agente a direção da dinâmica. “A mediação é o método que confere menor destaque ao papel do agente exterior, uma vez que este apenas aproxima e instiga as partes à pacificação”.²²⁴ Razão pela qual, alguns

²²⁰ PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018. p. 9

²²¹ PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018.

²²² SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007. p. 95

²²³ SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007. p. 95

²²⁴ SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007. p. 95

autores entendem que a mediação é um instrumento a serviço de um método de solução de controvérsias, a serviço da transação bilateral ou da negociação coletiva, por exemplo, e não de um método específico.²²⁵

Mesmo considerando que todos têm o direito que suas demandas sejam apreciadas pelo Poder Judiciário, sendo correto dizer que o acesso à justiça não é sinônimo de resolução de conflito, há necessidade de meios mais eficazes que venham ao encontro dos anseios da sociedade, todavia:

O princípio da inafastabilidade do controle jurisdicional deve ser entendido, à luz dos valores e princípios do nosso tempo, como inspirador da regra de que todos têm o direito a uma tutela efetiva e eficaz. O monopólio da atividade jurisdicional é conquista histórica de garantia da imparcialidade, independência para o alcance da segurança jurídica e manutenção do Estado de Direito. Hodiernamente, muito se tem falado em crise da justiça: a sobrecarga de processos nos Tribunais, a morosidade do processo em fases nevrálgicas, a difícil efetividade do direito reconhecido, a burocratização dos juízes, a complicação procedimental. Na verdade, isso corresponde à própria denegação da Justiça, o que não pode ser aceito passivamente, como se fosse inerente ao exercício jurisdicional. Mudanças e aprimoramentos em institutos são e serão sempre possíveis.²²⁶

Neste sentido, a sociedade e a Justiça visam à efetivação de métodos consensuais de solução de demandas, por considerar a necessidade de mudanças razoáveis que estejam ao alcance de todos, para assegurar direitos fundamentais, como o acesso à Justiça.²²⁷ Considerando-se assim, a utilização de instrumentos alternativos como a conciliação, a mediação e a arbitragem, com os desdobramentos e particularidades de cada um, como uma resposta aos anseios sociais quanto as suas demandas de resolução de conflitos.

En consecuencia, podemos entender que el concepto de mediación esta referido a su carácter de instrumento para lograr la resolución de una contienda o conflicto entre personas, merced a la intervención de un tercero que realiza esa actividad de mediar sobre la base de establecer un orden basada en unos criterios asumidos, o aceptados, por los contendientes. Así concebida, la mediación se convierte en un herramienta al servicio de la justicia por vía de sua aplicación como instrumento de la seguridad jurídica. Así mismo, la mediación se presenta con pferfiles comunes a otras figuras muy cercanas a ella, tales como la conciliación y el arbitraje, sibien existen ciertos rasgos distintivos que la distinguen : su carácter consensual –

²²⁵ SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007.

²²⁶ SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007. p. 101

²²⁷ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015.

no dirimente como el arbitraje – y la intervención de un tercero imparcial, lo que la diferencia de la conciliación.²²⁸

Trata-se de uma revolução na maneira de fazer justiça, mudanças estruturais e funcionais do Judiciário, que vem se adequando a nova realidade globalizada, “na qual a informática transforma o conhecimento no instrumento de satisfação das necessidades da sociedade e é ferramenta de trabalho hábil para encurtar o tempo e a distância”.²²⁹

Fatores que contribuem para uma sociedade altamente competitiva e em constante mudanças, almejando da Justiça, serviço e instrumentos de pacificação social alinhados a mesma dinâmica, evoluindo com a mesma constância, para não se perder no tempo e no espaço.²³⁰

Neste ideário, o Poder Judiciário precisa se adaptar às demandas da modernidade, é urgente tornar-se mais eficiente, com base no Estado Constitucional e Democrático de Direito. Para viabilizar uma Reforma Judiciária embasada no Código de Processo Civil de 2015, buscando atender às expectativas da sociedade. O caminho para este fim, atualmente, se direciona aos métodos consensuais de solução de conflitos, por meio de instrumentos de ação social participativa.²³¹

[...] as determinações constitucionais, além de assegurarem o ingresso ao Poder Judiciário, aludem ao direito à obtenção de decisões justas, tempestivas e eficazes. Igualmente paradigmática é a concepção do direito de acesso à justiça como mais amplo do que o recurso ao Poder Judiciário. Esse direito envolve uma série de instituições estatais e não estatais, por meio de vários mecanismos e organizações que podem atuar na busca de soluções pacíficas de conflitos e no reconhecimento de direitos.²³²

Na esfera estatal, a proteção aos direitos e às garantias fundamentais supõe um Poder Judiciário independente, um Ministério Público e Defensoria Pública

²²⁸ PARDO, Guillermo Orozco. La mediación em los conflictos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Trimestral, v. 1, p. 211-229, mar., 2011. p. 2016

²²⁹ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015. p. 5

²³⁰ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015.

²³¹ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015.

²³² SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017. p. 41

imune às influências das forças políticas e privadas. “O Poder Judiciário foi erigido à condição de poder de Estado, cabendo-lhe controlar a constitucionalidade de leis e atos normativos, quer provenientes do Executivo ou do Legislativo”.²³³

É responsabilidade do Poder Judiciário, por meio de seus órgãos, assegurar direitos e promover a justiça, solucionando os conflitos, para reduzir as chances de tornar a sociedade frágil, vulnerável e insegura.

O Ministério Público criado pela Constituição Federal de 1988 é uma instituição pública que não encontra similar no direito americano e nem mesmo nas demais democracias ocidentais. Sua singularidade não está na área penal, mas em suas amplas possibilidades de atuação nas áreas cível e administrativa. A Defensoria Pública, constitucionalizada em 1988, ganhou maior potencial de atuação com a Emenda Constitucional nº 45. Foi reconhecida como “essencial à função jurisdicional do Estado, incumbendo-lhe a orientação jurídica e a defesa, em todos os graus, dos necessitados” [...]. Cabe à instituição a prestação de assistência judiciária integral e gratuita aos hipossuficientes, tanto em processos penais quanto em civis.²³⁴

Não é somente ingressar em juízo, mas dar assistência integral aos que precisam, atuando no sentido de fornecer informações e educar sobre os direitos e solucionar os conflitos, garantindo os direitos, seja ajuizando ações ou extrajudicialmente. A prática conciliadora nos Juizados Especiais é evidenciada no Código de Processo Civil de 2015²³⁵, para ser efetivada em todas as lides da Justiça Comum:

Já no art. 3º, §2º, do CPC (Lei nº 13.105/15) estabelece que “O Estado promoverá, sempre que possível, a solução consensual dos conflitos.” Ele reforça tal entendimento ao determinar, no art. 3º, § 3º, que: “A conciliação, a mediação e outros Métodos de Solução Consensual de Conflitos deverão ser estimulados por juízes, advogados, defensores públicos e membros do Ministério Público, inclusive no curso do processo judicial.” Para fazer cumprir esse ideal, o novo CPC incluiu os conciliadores e mediadores judiciais como auxiliares da Justiça, regulando sua forma de atuação e os princípios que deverão observar em suas atribuições: independência, imparcialidade, autonomia da vontade, confidencialidade, oralidade, informalidade e decisão informada.²³⁶

²³³ SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017. p. 41

²³⁴ SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017. p. 41

²³⁵ SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017.

²³⁶ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº**

A judicialização de conflitos é uma realidade brasileira, conseqüentemente o aumento de processos nos Tribunais é reflexo da falta de diálogo e do binômio “ganha-perde”. Todavia, os métodos vêm sendo aperfeiçoados para que o acesso à justiça seja garantido tanto pelo Poder Judiciário, como por meio dos mecanismos consensuais, como a mediação e a conciliação.²³⁷

A interpretação possível refere-se à aplicação do acesso à justiça de forma horizontal, ou seja, ao alcance de todos os indivíduos, tendo como critério a igualdade, “o que reflete na necessidade de políticas públicas para disseminar informações e conhecimentos acerca de direitos e deveres de todos”.²³⁸

Firmam-se deste modo, os métodos adequados de solução de conflitos alinhando-se aos anseios da sociedade ao corresponderem às expectativas de obterem resolução as suas demandas, além da possibilidade de, mesmo sem a intervenção de um terceiro, sejam restabelecidos laços afetivos, reduzindo danos causados pelo conflito. Dentre os instrumentos evidencia-se a mediação nas relações de consumo.

3.2 MEDIAÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

A década de 1990, no Brasil, torna-se um marco pelas iniciativas direcionadas a proteção e aos direitos dos consumidores, com advento do Código de Defesa do Consumidor, como também pelo aumento do interesse pelo instituto da mediação.²³⁹ Recentemente, tornaram-se marcos o novo Código de Processo Civil de 2015, artigos 165 a 175²⁴⁰ e a Lei de Mediação de 2015:

13.105/15. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDF, 2015. p. 12

²³⁷ BORGES, Alexandre W.; MENEGAZ, Mariana Lima. Mecanismos adequados de solução de conflitos como política pública para a efetivação do acesso à justiça. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, 2019.

²³⁸ BORGES, Alexandre W.; MENEGAZ, Mariana Lima. Mecanismos adequados de solução de conflitos como política pública para a efetivação do acesso à justiça. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, 2019. p. 6

²³⁹ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016.

²⁴⁰ Art. 165. Os tribunais criarão centros judiciários de solução consensual de conflitos, responsáveis pela realização de sessões e audiências de conciliação e mediação e pelo desenvolvimento de programas destinados a auxiliar, orientar e estimular a autocomposição.
Art. 166. A conciliação e a mediação são informadas pelos princípios da independência, da imparcialidade, da autonomia da vontade, da confidencialidade, da oralidade, da informalidade e da decisão informada.
Art. 167. Os conciliadores, os mediadores e as câmaras privadas de conciliação e mediação serão

A mediação como meio de composição de conflitos entre particulares e no âmbito da administração pública, com a seguinte definição, no seu artigo 1º: Parágrafo único. Considera-se mediação a atividade técnica exercida por terceiro imparcial e sem poder decisório, que, escolhido ou aceito pelas partes, as auxilia e estimula a identificar ou desenvolver soluções consensuais para a controvérsia. Não obstante a recente aprovação do Código de Processo Civil e da Lei 13.140/2015 deve ser dito que a mediação está largamente difundida no Brasil e já é exercida inclusive dentro dos órgãos do Poder Judiciário, na medida em que se funda na livre manifestação de vontade das partes, e na escolha por um instrumento mais profundo de solução do conflito.²⁴¹

A mediação é um instrumento que traz um novo enfoque a solução de conflitos, visando fornecer caminhos para tratá-los fora do sistema tradicional, judicial. O direito comunitário europeu é considerado avançado ao tratar a matéria, a partir da Diretiva 2013/11 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de maio de

inscritos em cadastro nacional e em cadastro de tribunal de justiça ou de tribunal regional federal, que manterá registro de profissionais habilitados, com indicação de sua área profissional.

Art. 168. As partes podem escolher, de comum acordo, o conciliador, o mediador ou a câmara privada de conciliação e de mediação.

Art. 169. Ressalvada a hipótese do art. 167, § 6º, o conciliador e o mediador receberão pelo seu trabalho remuneração prevista em tabela fixada pelo tribunal, conforme parâmetros estabelecidos pelo Conselho Nacional de Justiça.

Art. 170. No caso de impedimento, o conciliador ou mediador o comunicará imediatamente, de preferência por meio eletrônico, e devolverá os autos ao juiz do processo ou ao coordenador do centro judiciário de solução de conflitos, devendo este realizar nova distribuição.

Art. 171. No caso de impossibilidade temporária do exercício da função, o conciliador ou mediador informará o fato ao centro, preferencialmente por meio eletrônico, para que, durante o período em que perdurar a impossibilidade, não haja novas distribuições.

Art. 172. O conciliador e o mediador ficam impedidos, pelo prazo de 1 (um) ano, contado do término da última audiência em que atuaram, de assessorar, representar ou patrocinar qualquer das partes.

Art. 173. Será excluído do cadastro de conciliadores e mediadores aquele que: I - agir com dolo ou culpa na condução da conciliação ou da mediação sob sua responsabilidade ou violar qualquer dos deveres decorrentes do art. 166, §§ 1º e 2º; II - atuar em procedimento de mediação ou conciliação, apesar de impedido ou suspeito. § 1º Os casos previstos neste artigo serão apurados em processo administrativo. § 2º O juiz do processo ou o juiz coordenador do centro de conciliação e mediação, se houver, verificando atuação inadequada do mediador ou conciliador, poderá afastá-lo de suas atividades por até 180 (cento e oitenta) dias, por decisão fundamentada, informando o fato imediatamente ao tribunal para instauração do respectivo processo administrativo.

Art. 174. A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios criarão câmaras de mediação e conciliação, com atribuições relacionadas à solução consensual de conflitos no âmbito administrativo, tais como: I - dirimir conflitos envolvendo órgãos e entidades da administração pública; II - avaliar a admissibilidade dos pedidos de resolução de conflitos, por meio de conciliação, no âmbito da administração pública; III - promover, quando couber, a celebração de termo de ajustamento de conduta.

Art. 175. As disposições desta Seção não excluem outras formas de conciliação e mediação extrajudiciais vinculadas a órgãos institucionais ou realizadas por intermédio de profissionais independentes, que poderão ser regulamentadas por lei específica. Parágrafo único. Os dispositivos desta Seção aplicam-se, no que couber, às câmaras privadas de conciliação e mediação. BRASIL. **Lei n. 13.105 de março de 2015**. Código de Processo Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

²⁴¹ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 199

2013, dispondo sobre “a mediação alternativa de litígios em matéria de consumo, que possui inclusive um regulamento relativo aos meios alternativos de solução de conflito online em se tratando de relações de consumo”.²⁴²

No mesmo sentido, buscando estabelecer novas políticas públicas que tratem da resolução adequada de conflitos e o acesso à justiça, o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) aprovou a Resolução 125/10, com o objetivo principal de divulgar a cultura de pacificação social, mitigando a cultura do litígio. A Resolução estabelece a Política Judiciária Nacional de tratamento de conflitos, a fim de garantir que as controvérsias sejam solucionadas pelos mecanismos, considerando a natureza e características de cada demanda. Neste sentido, se destacam os Núcleos Permanentes de Métodos Consensuais de Solução de Conflitos (NUPEMEC), com diversas atribuições inerentes à pacificação social e, acesso à justiça.²⁴³

Até a edição do Código de Processo Civil e da Lei de Mediação, marco para mediação, contava-se somente a Resolução 125/2010 do CNJ, como visto a tendência legal veio reforçar a Resolução, ao respaldar o entendimento sobre o tratamento dos conflitos de interesses, garantindo o acesso a todos aos meios adequados para esse fim, e com o mesmo propósito do CNJ, o Conselho Nacional do Ministério Público por meio da Resolução 118/1413, dispõe sobre a política nacional de incentivo a autocomposição no âmbito do Ministério Público.²⁴⁴

A mediação é técnica de composição dos conflitos caracterizada pela participação de um terceiro, suprapartes, o mediador, cuja função é ouvir as partes e formular propostas, podendo ela ocorrer extrajudicialmente ou no curso de um processo judicial. Impera a vontade das partes, pois o mediador apenas auxilia, não podendo interferir na vontade dos participantes; estes ajustam suas vontades de forma a fazer um acordo para a benesse de ambos. [...] O serviço de mediação também pode ser caracterizado pela imparcialidade, voluntariedade, orientação técnico-jurídica, em que os interlocutores sociais poderão apresentar-se desprovidos de procuradores jurídicos.²⁴⁵

²⁴² MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 199

²⁴³ BORGES, Alexandre W.; MENEGAZ, Mariana Lima. Mecanismos adequados de solução de conflitos como política pública para a efetivação do acesso à justiça. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, 2019.

²⁴⁴ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 200

²⁴⁵ MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018. p. 5

Diversamente do árbitro e do juiz, o mediador não possui poderes para tomar decisão sobre o conflito instaurado, sua ação limita-se a “recomendar, orientar e sugerir soluções que poderão ser ou não aceitas pelas partes”. Deste modo, as partes se apresentam diante de um órgão ou uma pessoa, que pode ser designado por elas ou instituído oficialmente, que recomenda uma solução, a qual pode ou não ser por elas considerada. “Não é uma decisão. O mediador não substitui a vontade das partes”.²⁴⁶

Os métodos consensuais de solução de conflitos em harmonia com o Código de Processo Civil de 2015 são considerados a base de práticas simplificadoras e conciliatórias para os cidadãos consumidores, ao garantir meios para enfrentarem suas frustrações e dilemas cotidianos, os quais geram conflitos que precisam ser solucionados, com estes métodos consensuais inovadores, garante-se a eficácia dos direitos fundamentais da sociedade. O que vem sendo colocado em prática pela comunidade via associações, escolas, universidades, dentre outros, que representam um papel importante na ação preventiva de atos contrários ao direito. Neste sentido, os Juizados Especiais apresentam-se como uma alternativa eficiente para problemas do nosso tempo.²⁴⁷

Não é segredo que o tempo é grande inimigo daquele que busca a reparação ou a proteção de seu direito. Diante de tanta burocracia geradora de dilações temporais, o jurisdicionado requer efetividade e rapidez processual. Isto leva a refletir sobre a justiça que está sendo operada por juízes e tribunais, os quais proferem, muitas vezes, decisões ideais, distantes da percepção dos jurisdicionados e, ante um Sistema Recursal tão pródigo, não é incomum, ao tempo da decisão final, o vencedor da demanda não mais estar vivo para ver tal *decisum*.²⁴⁸

A mediação, arbitragem e conciliação se diferem no papel que é conferido ao terceiro. O árbitro avalia os fatos controversos, decidindo sobre eles, tem força obrigatória para as partes. O conciliador é um apenas um facilitador para que ocorra um diálogo entre as partes, não tem poder de decisão, nem para recomendar possíveis soluções. Enquanto que o mediador é mais ativo, pois “mesmo quando ele

²⁴⁶ MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018. p. 5

²⁴⁷ MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018.

²⁴⁸ MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018. p. 8

expressa a sua opinião sobre os méritos da questão ou quando avança com um projeto de acordo, a sua posição não vincula as partes de modo nenhum”, trata-se de efetivar um consenso entre as partes.²⁴⁹ Um exemplo seria a mediação dos casos de superendividamento.

A mediação é um método pacífico de resolução de conflito pelo qual terceira pessoa, imparcial e independente coordenará reuniões separadas ou conjuntas com as partes envolvidas na contenda. Este instrumento tem como fito estimular o diálogo cooperativo entre elas, no sentido de alcançar a resolução da controvérsia em que estão inseridas. Este método propicia a criatividade das partes envolvidas e conduz a análise da melhor opção face à relação existente, que gerou o conflito. É preciso que as partes conheçam – o trabalho a ser realizado, quais as funções do mediador.²⁵⁰

O instituto da mediação já é uma realidade em várias áreas, tendo em vista que busca promover a cultura de pacificação e do diálogo, o objetivo consiste em que as partes sejam capazes de solucionar seus litígios, deixando a cargo do Poder Judiciário somente àquelas demandas que não são possíveis de solução por meio do diálogo, ou que as provas sejam difíceis de serem constituídas ou preservadas.²⁵¹

A solução alternativa de conflitos proporcionou que ao conhecimento jurídico fossem agregados o conhecimento de outras Ciências, resultando “na construção de uma cultura de efetivação dos direitos humanos e da valorização da cidadania”.²⁵²

As relações travadas no mundo pós-moderno demandam o desenvolvimento de formas efetivas e adequadas de pacificação social, a fim de reparar e prevenir a ocorrência de danos. Surgem novos danos, não só do ponto de vista quantitativo como também qualitativo, decorrentes de fatores como a degradação do meio ambiente, as biotecnologias, a internet e os respectivos meios de comunicação, as novas doenças, o que fez com

²⁴⁹ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 116

²⁵⁰ BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015. p. 16

²⁵¹ BORGES, Alexandre W.; MENEGAZ, Mariana Lima. Mecanismos adequados de solução de conflitos como política pública para a efetivação do acesso à justiça. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, 2019.

²⁵² MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018.

que houvesse um aumento no número de demandas perante o Estado-juiz, o qual, praticamente, não acompanhou essa transformação.²⁵³

Reside aí a importância dos meios não adversariais com a participação da comunidade, como a mediação, como os que surgem nas relações de consumo. Devido a sua natureza, marcados pela vulnerabilidade da parte mais frágil. O direito privado começa a valorizar as particularidades dos grupos vulneráveis e hipervulneráveis, desenvolvendo instrumentos de compensação às diferenças. Apesar da ampliação da instrumentalidade para proteção dos mencionados grupos, o Estado deve desempenhar seu papel concretizando formas de harmonização dessas diferenças.²⁵⁴

Acompanha-se a expansão e diversificação dos hábitos de consumo, concomitantemente aos conflitos nas relações de consumo e o direito e a Justiça em termos geográficos e temporais, procurando adotar meios mais eficazes e condizentes com a realidade da sociedade. Contudo, “o consumo em alta dos serviços de justiça, em particular dos tribunais, não é só uma realidade convivente, mas também emergente da expansão do consumo em geral”.²⁵⁵ A denominada Sociedade de Consumo ao gerar novos espaços de conflitos, vinculados ao crédito ou seguros, por exemplo, compartilham da urgência do cenário em que se inserem, ao qual nem sempre os tribunais respondem satisfatoriamente.²⁵⁶

A resolução alternativa de conflitos vem permitindo responder com soluções céleres e eficazes, a matéria de consumo e de crédito, propiciando que a conciliação e, sobretudo, a mediação e a arbitragem conquistem um lugar cada vez mais importante nesta área de conflitualidade.²⁵⁷ Ao viabilizar além de acordo voluntário entre as partes, considera os interesses e sentimentos envolvidos, ainda objetiva celeridade, informalidade e menor custo. Observa-se a presença do

²⁵³ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 202

²⁵⁴ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016.

²⁵⁵ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 110

²⁵⁶ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 110

²⁵⁷ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 110

componente de bem-estar comunitário, em razão da “rede de relações humanas de extrema complexidade ou de grande proximidade que habitualmente se pretende preservar”, o que nem sempre está presente quando se trata de uma solução judicial, embasada em processo de natureza adversarial.²⁵⁸

A mediação tornou-se uma medida extrajudicial que veio ao encontro de reduzir os desafios e obstáculos gerados pela desigualdade socioeconômica, e o desempenho deficiente que envolve as demandas dos consumidores, os quais precisam ter assegurados seus direitos, solucionando seus conflitos, para não sofrerem os impactos de inclusão e no seu exercício de cidadania.²⁵⁹

3.3 RESULTADOS PRÁTICOS

Diante da profunda alteração da estrutura do consumo, na qual os cidadãos se viram frente a um poder de compra vertiginoso, com ofertas renovadas, diversificação do comércio e dos serviços, que oportunizam um consumo sistemático, identifica-se as fragilidades dos consumidores.²⁶⁰

A combinação entre crescimento do consumo e aumento da contratação de crédito para financiamentos contribuiu para o superendividamento das famílias brasileiras, principalmente devido à diminuição dos rendimentos ou de uma má gestão do orçamento familiar. A resolução de casos desta natureza “representa uma conflitualidade emergente nas sociedades de consumo a crédito”, e vem oscilando entre soluções de tipo judicial por vias extrajudiciais, predominantemente por meio da mediação.²⁶¹

Esta medida demanda um mediador, o qual exerce papel fundamental e indispensável, a gestão da resolução dos conflitos deve-se pautar pela ética e

²⁵⁸ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 112

²⁵⁹ SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017. p. 43

²⁶⁰ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.

²⁶¹ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 122

sensibilidade, elementos base para atuar em questões sensíveis que podem causar impactos emocionais nas partes envolvidas.²⁶² Também é necessário habilidades e competências como racionalidade e capacidade de avaliar “corretamente as diferentes dimensões do conflito; a empatia, enquanto capacidade de se identificar com os interesses de ambas as partes sem, contudo, deixar de manter a distância”; soma-se ainda o necessário conhecimento técnico que implica compreender a questão do conflito. Os mencionados elementos são essenciais para que o mediador vislumbre soluções que satisfaçam as partes e não comprometa o resultado das negociações.²⁶³

A inclusão de mecanismos extrajudiciais como a mediação ainda depende de um “processo de educação e aculturação jurídica das pessoas e das instituições públicas e privadas”.²⁶⁴ As iniciativas direcionadas aos serviços já instalados e conhecedores da temática do consumo já estão sendo reconhecidas em âmbito mundial.

No Brasil os princípios da Política Nacional das Relações de Consumo, prevê o incentivo de meios alternativos para resolução de conflitos de consumo, como forma de efetivar o que determina o artigo 4º, inciso V, já citado no estudo. Demandando um sistema que envolve procedimentos “para a resolução de controvérsias, com o objetivo de promover eficiência e reduzir os custos, além de incentivar a participação das partes na satisfação do fim pretendido”.²⁶⁵ O sucesso de um programa que visa à resolução consensual de conflitos, por meio da mediação depende de investimentos em educação, para que os envolvidos abandonem os métodos adversariais, e reconhecimento das particularidades de cada situação.²⁶⁶

²⁶² FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.

²⁶³ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 125

²⁶⁴ FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.p. 122

²⁶⁵ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016. p. 203

²⁶⁶ MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016.

A motivação social e econômica subjacente depressa ganhou a classe política, que viu na criação de tais mecanismos de resolução de conflitos, designadamente de consumo, um instrumento político capaz, de um lado, sem grande despesa e sem grande dificuldade de implementação, de responder a legítimos anseios dos cidadãos, e, de outro lado, de poder protelar ou mesmo esquecer a reforma profunda dos sistemas de justiça, essa bem mais complexa e dispendiosa.²⁶⁷

Multiplicam-se os estudos em âmbito nacional e internacional, sobre os meios alternativos para solução de conflitos, principalmente no que diz respeito às relações de consumo. A Europa, já na década de 1970 além de reconhecer o direito dos consumidores, trouxe a lume a necessidade de conceder fácil acesso dos consumidores ao sistema de jurisdição ou a arbitragem oficial, quando envolvesse casos de pequeno valor.²⁶⁸

As instituições da União Europeia também não ficaram imunes ao desenvolvimento deste mito; antes, desde muito cedo, o apoiaram e incentivaram. Com efeito, data de 1981 a primeira referência, num texto da Comissão, à necessidade de favorecer o desenvolvimento de soluções não judiciais de resolução de conflitos e o lançamento de projetos piloto a nível nacional para o tratamento dos chamados pequenos litígios de consumo. É, no entanto, apenas em 1985 que a Comissão publica um célebre “Memorandum” sobre o acesso dos consumidores à Justiça, complementado, logo em 1987, por uma Comunicação Complementar da Comissão sobre o acesso dos consumidores à Justiça.²⁶⁹

Nesta perspectiva, ganha destaque a “dimensão comunitária”, a inoperância dos sistemas judiciais tradicionais frente às pequenas queixas, fez surgir à necessidade de sistemas simplificados, fortalecendo os meios extrajudiciais de reparação aos consumidores.²⁷⁰ Contudo, ainda é preciso investir numa cultura que auxilie os cidadãos-consumidores a confiar em instâncias que não dependem da decisão do Poder Judiciário.

Os meios alternativos de solução de litígios estão sendo cada vez mais prestigiados, exemplo disso são a publicação da Lei 29/2013 de Portugal, e Lei 13.140/15 do Brasil, ambas dispendo sobre a mediação, que enfatizam sua eficácia e vantagem às partes que se submetem. Os meios alternativos de resolução de

²⁶⁷ LIZ, J. Pegado. A resolução alternativa de litígios no Direito da União Europeia. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 17

²⁶⁸ LIZ, J. Pegado. A resolução alternativa de litígios no Direito da União Europeia. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 18

²⁶⁹ LIZ, J. Pegado. A resolução alternativa de litígios no Direito da União Europeia. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 18

²⁷⁰ LIZ, J. Pegado. A resolução alternativa de litígios no Direito da União Europeia. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 18

litígios denotam uma modernização da justiça, servindo para melhor atender os cidadãos.²⁷¹

Existe alguma dificuldade em conhecer com exatidão o número de conflitos de consumo, atendendo a que as empresas não falam sobre o assunto e as associações de consumidores são informadas apenas da existência de uma fração destes conflitos. Acresce que nem todos os consumidores detêm informação sobre as possibilidades de reclamação e, quando se trata de pequenos montantes, muitas vezes renunciam a fazer valer os seus direitos, alimentando, todavia, um sentimento de revolta e rancor face a alguns comerciantes, limitando-se a cessar qualquer relação com eles quando isso é possível.²⁷²

O sentimento e comportamento de consumidores insatisfeitos penaliza a atividade econômica de forma direta e indireta, quando um consumidor tem sua denúncia reconhecida e o prestador de serviço ou comerciante lhe concede a justa reparação, o sentimento de revolta cairá no esquecimento mais rapidamente, podendo inclusive o consumidor adquirir confiança na realização de novos negócios.

No caso concreto dos conflitos nas relações de consumo, a proteção do consumidor atende à sua posição mais frágil, dentre os conflitos, pode-se exemplificar, os transtornos relacionados ao comércio eletrônico, já que oportuniza a aquisição de produtos e serviços independentemente do lugar onde comprador e vendedor se encontrem fisicamente.²⁷³

Com este intuito, a União Europeia definiu um novo quadro legislativo buscando promover a resolução extrajudicial de litígios de consumo, utilizando-se de plataformas que propiciem a resolução de conflitos em linha, “onde são prestadas todas as informações sobre direitos e procedimentos, sem necessidade de recorrer a uma ação judicial, sendo prestada assistência ao longo de todo o processo”.²⁷⁴

A experiência confirma que uma plataforma de resolução de litígios de consumo em linha possibilita alcançar eficiência, considerando que permite resolver os conflitos de forma mais rápida e menos dispendiosa, bem como

²⁷¹ FROTA, Renata Marques. Mediação e conciliação de conflitos de consumo: uma análise luso-brasileira. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

²⁷² NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 100

²⁷³ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 101

²⁷⁴ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 100

trabalhar a necessária confiança entre o consumidor e o comerciante, contribuindo significativamente para o desenvolvimento da atividade econômica em geral, e em especial, nomeadamente, as relações de comércio eletrônico em que a confiança é essencial à manutenção do negócio.²⁷⁵

No Brasil, a mediação de conflitos de consumo pode ser efetivada extrajudicialmente ou judicialmente. Extrajudicialmente, via plataforma online de resolução alternativa de conflitos, chamada Consumidor, atua em parceria com os Procons, responsáveis pela promoção da defesa e informação dos consumidores, nas relações de consumo, com poder de fiscalização das empresas, como determina o artigo 9º²⁷⁶ do Decreto 2.181/97.²⁷⁷

A demanda por prestação jurisdicional nas relações de consumo brasileiras, somada à impotência prestacional do Estado, têm fomentado a criação de políticas públicas de incentivo a utilização de práticas informais de prevenção e resolução de conflitos. “Ao passo em que se democratiza a efetivação do direito de acesso à justiça por vias plurais, alternativas à jurisdição estatal, evita-se o processo judicial e todos os entraves que lhe cerceiam a devida efetividade”.²⁷⁸

A constatação que o instituto de defesa do consumidor se adequa as questões do século XXI, para amparar os consumidores e assegurar seus direitos, e com as alterações do Código de Processo Civil brasileiro que com sua regulamentação privilegiou a necessária autonomia dos sujeitos nas suas relações, disponíveis e negociáveis; verifica-se que lhes foi conferindo a possibilidade de resolverem os conflitos por meios consensuais.²⁷⁹ A regulamentação da mediação

²⁷⁵ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 100

²⁷⁶ Art. 9º A fiscalização das relações de consumo de que tratam a Lei no 8.078, de 1990, este Decreto e as demais normas de defesa do consumidor será exercida em todo o território nacional pela Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, pelos órgãos federais integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, pelos órgãos conveniados com a Secretaria e pelos órgãos de proteção e defesa do consumidor criados pelos Estados, Distrito Federal e Municípios, em suas respectivas áreas de atuação e competência. (Redação dada pelo Decreto nº 7.738, de 2012).

²⁷⁷ FROTA, Renata Marques. Mediação e conciliação de conflitos de consumo: uma análise luso-brasileira. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

²⁷⁸ BRITTO, Igor Rodrigues; SANTOS, Ricardo Goretti. O papel do Procon na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo. *Revista Eletrônica de Direito Processual – REDP*, Rio de Janeiro, n. 4, dec., 2009.p. 295

²⁷⁹ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

com lei própria, Código de Processo Civil e Código de Defesa do Consumidor, já demonstra que no Brasil firma-se a mediação, como meio efetivo para solucionar conflitos relacionados ao consumo.²⁸⁰

[...] a população e a sociedade brasileira, atendendo às suas características de sociedade jovem, em formação e crescimento, têm a oportunidade de fazer história em muitas áreas, e entendemos que estão efetivamente a fazê-lo relativamente aos métodos consensuais de resolução de controvérsias, e à mediação de conflitos em particular.²⁸¹

Reconhece-se as transformações econômicas, políticas, sociais e estruturais advindas da adoção pelo judiciário brasileiro dos métodos consensuais, dentre elas se sobressaem “a preocupação das universidades de direito em preparar os seus alunos, da magistratura e do judiciário de formar os seus profissionais e da Ordem dos Advogados do Brasil de atualizar os advogados em exercício”.²⁸²

Em âmbito local um resultado prático que se tornou referência é o Balcão do Consumidor²⁸³, inaugurado em 29 de setembro de 2006, projeto da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, a partir de um convênio entre a Prefeitura de Passo Fundo (PROCON) e o Ministério Público Estadual.

A proposta consiste em resolver conflitos por meio de métodos alternativos, alinhado as normativas constitucionais, do Código de defesa do Consumidor e do Código de Processo Civil de 2015. A parceria estabelecida com a Faculdade de Direito, por meio de seus alunos e com a orientação dos professores, presta o atendimento, solucionando os conflitos advindos das relações de consumo de forma extrajudicial. Ademais, o Balcão do Consumidor busca responder as novas demandas na resolução de conflitos, que são geradas pela crescente integração econômica, que coloca os consumidores numa posição cada vez mais frágil frente ao mercado, seja pela falta de informação, conhecimento ou educação para o consumo.

²⁸⁰ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

²⁸¹ NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 113-114

²⁸² NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016. p. 113-114

²⁸³ O Projeto foi idealizado na Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo pelo Professor Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho.

Reside aí, a necessidade e importância de realizar acordos num ambiente de mediação ou conciliação amigável, bem organizado e composto de especialistas capacitados a administrar os conflitos, pacificando-os às partes envolvidas, é uma estratégia inteligente a ser perseguida diariamente. A mediação possibilita a harmonização de interesses e satisfação recíproca, reduzindo custos para os litigantes e para os Tribunais, satisfazendo o ideal de rapidez almejado pelo consumidor para solução de sua demanda. Bem como, reduz a sobrecarga do Judiciário, ao evitar a judicialização, efetivando uma cultura pacificadora.

Não por outro motivo, o Balcão do Consumidor foi reconhecido como projeto inovador por suas práticas, ganhando o Prêmio Innovare, por atuar no atendimento extrajudicial das relações de consumo, em conjunto com o Procon Municipal, procurando a resolução das relações de consumo. Sua atuação devido ao seu reconhecimento foi ampliada para os municípios de Carazinho, Lagoa Vermelha, Casca, Soledade, todos do Estado do Rio Grande do Sul. Ainda conta com uma unidade móvel de atendimento, chamada Balcão na Estrada, realizando um atendimento itinerante, junto aos bairros e cidades da área de abrangência da Universidade de Passo Fundo.²⁸⁴

Segundo Pilau Sobrinho, o Balcão do Consumidor transforma a realidade social consumerista por meio da educação para o consumo:

Com participação do personagem Tchê Consumidor, em revistas em quadrinhos, vídeo com bonecos, vídeo-aulas, flyer's, cartilhas, códigos, palestras e seminários. Dentre as atividades já desenvolvidas pelo Balcão do Consumidor, vimos a necessidade de ampliar as ações de educação para o consumo. O projeto Balcão do Consumidor desenvolve suas atividades fomentando a educação para o consumo e mediando as relações de consumo entre consumidores e fornecedores. No município de Passo Fundo temos 5 guichês de atendimento e duas salas de audiência.²⁸⁵

O projeto é considerado pioneiro, reconhece que dentre as dificuldades centra-se o desrespeito dos fornecedores em cumprir com as determinações do Código de Defesa do Consumidor diante da vulnerabilidade dos mesmos, devido à falta de informação e fragilidade, “isso tudo devido à omissão dos Municípios em

²⁸⁴ PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio. Balcão do Consumidor: Mediação das Relações de Consumo. **Prêmio Innovare**, Edição X, 2013.

²⁸⁵ PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio. Balcão do Consumidor: Mediação das Relações de Consumo. **Prêmio Innovare**, Edição X, 2013.

criaram um sistema municipal de defesa dos consumidores, sendo que passados mais de 30 anos da promulgação do CDC ainda impera o descaso político”.²⁸⁶

O que diferencia a mediação comunitária das demais formas de mediação é, principalmente, o fato de que o mediador será, na maior parte das vezes, uma pessoa da própria comunidade, por ela indicada para ser mediadora comunitária, e, portanto, conhecedora das realidades ali existentes. Isto faz com que conflitos cheguem até os centros de mediação em fase mais inicial (dada a proximidade e o fácil e rápido acesso dos envolvidos), a comunicação seja mais eficaz (dada a identidade de linguagem utilizada), o cumprimento voluntário, cujo índice já é bastante alto em todas as formas de mediação, seja ainda maior, pois o compromisso assumido perante um mediador comunitário transforma-se, simbolicamente, num compromisso com a própria comunidade integrada pelos envolvidos.²⁸⁷

Como demonstrado no decorrer do estudo, não resta dúvida que a implementação da política pública de resolução pacífica de conflitos, permeia diversos diplomas legais, além do Código de Defesa do Consumidor. A política pública de resolução pacífica de conflitos, precisa ser considerada na sua essência, como base a efetivação da dignidade da pessoa humana, justamente pelo tratamento adequado a sua situação, no caso, ao conflito que veem envolvidas, podendo contar com instrumentos capazes de causar menos transtornos emocionais e financeiros, “empoderando os mediados a serem autores de uma solução que seja auto implicativa, o que propiciará o adimplemento da mesma uma vez que foram eles os autores da solução”.²⁸⁸

A mediação comunitária possui o condão de auxiliar as pessoas no tratamento de seus conflitos, e além do mais educa a sociedade, construindo novos valores e alterando a forma de agir e pensar em coletividade. Essa ferramenta é entendida como uma forma de acesso à justiça, não sendo então apenas um modo de pacificação social, mas também como meio de exercício da cidadania, visando independência da sociedade local. Frente a isso, ao solucionar conflitos sem a presença do judiciário, os cidadãos tornam-se menos dependentes da assistência estatal.²⁸⁹

²⁸⁶ PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio. Balcão do Consumidor: Mediação das Relações de Consumo. **Prêmio Inovare**, Edição X, 2013.

²⁸⁷ ARLÉ, Danielle de Guimarães G. Existe um caminho melhor. In: CHAI, Cássius Guimarães. (Org.). **Mediação Comunitária**. São Luís: Procuradoria Geral de Justiça do Estado do Maranhão/Jornal da Justiça/Cultura, Direito e Sociedade (DGP/CNPq/UFMA), 2014. p. 93

²⁸⁸ DI MASI, Anna Maria; CASSIANO, Julio C. de Arantes; CORDEIRO, Renata de Assis. Mediação comunitária à luz do princípio da dignidade da pessoa humana. In: CHAI, Cássius Guimarães. (Org.). **Mediação Comunitária**. São Luís: Procuradoria Geral de Justiça do Estado do Maranhão/Jornal da Justiça/Cultura, Direito e Sociedade (DGP/CNPq/UFMA), 2014. p. 133

²⁸⁹ CAMARGO, Daniela Arguilar. A mediação comunitária como ferramenta de acesso a justiça e desenvolvimento no espaço local. **Rev. Bras. Polít. Públicas (Online)**, Brasília, v. 7, n. 1, p. 51-63 2017. p. 43

Foram inúmeras as transformações que culminaram na sociedade de consumo do século XXI, as quais foram decisivas para uma cultura de aquisição de bens e serviços em nome de desejos, expectativas, para sanar frustrações, fazer parte de um grupo, demonstrar poder, enfim, independente das motivações, o resultado e a origem de conflitos sem precedentes.

Consequentemente, foi necessário devido às novas demandas estabelecer maneiras de pacificação social que além de soluções mais céleres e efetivas, estivessem mais próximas da realidade dos casos concretos, ou seja, em âmbito local, ao alcance das comunidades consumidoras. Com este enfoque e adotando os meios extrajudiciais na mediação, o Balcão do Consumidor se evidencia pela efetivação da parceria público/comunitária na mediação, ao solucionar conflitos de cidadãos-consumidores na esfera extrajudicial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo científico deste estudo foi verificar os desafios para resolução de conflitos nas relações de consumo na esfera extrajudicial, parceria público/comunitária na mediação.

Para este fim foram elaboradas duas hipóteses para responderem as questões que nortearam a pesquisa, as quais se confirmam, com base na teoria abordada. Na primeira hipótese os direitos fundamentais se encontram assegurados pelas ações das políticas públicas direcionadas as relações de consumo quando essas políticas são efetivadas e a segunda os métodos alternativos de resolução de conflitos vêm ao encontro de efetivar políticas públicas de proteção aos consumidores e garantir os direitos fundamentais em conformidade com os preceitos constitucionais e infraconstitucionais.

Essa confirmação se baseia nos principais pontos da investigação que permitiram a sustentação da proposta teórica, pois os capítulos 1 e 2 do estudo demonstraram que a globalização foi um dos fatores responsáveis pelas mudanças que revolucionaram a economia, o trabalho, o comércio, as finanças internacionais e as comunicações, transformando as relações de consumo numa escala mundial.

As transformações culminaram na forma de produção e circulação dos bens; desigualdades no acesso aos bens materiais às relações sociais; o consumismo passou a fazer parte da vida diária das pessoas. O consumo passou a ser um sistema global que padroniza as relações na pós-modernidade, principalmente com o advento das novas tecnologias, consideradas determinantes aos novos padrões de consumo. Esses geram desafios em âmbito econômico e político, como a exclusão estrutural e social, cultural e de cidadania, pois união propalada pela globalização tende mais a hegemonia do mercado global.

Por consequência desse processo a sociedade pós-moderna se vê vivenciando e enaltecendo o efêmero no mercado de consumo em detrimento de valores e virtudes. A economia da transitoriedade tornou-se um culto quando se trata da aquisição de bens de consumo, o futuro é o agora! Essa é a convicção da

Sociedade de Consumo, na qual o consumidor sem o devido planejamento financeiro se vê diante do fenômeno denominado de superendividamento.

Fenômeno que remeteu a análise ao dever de positivar a tutela dos interesses dos consumidores, principalmente os que sofrem com o desequilíbrio negocial nas relações privadas, denominados de vulneráveis e hipervulneráveis. Para esses, revelou-se significativa à adoção do princípio da vulnerabilidade como fator base de regulação das relações consumeristas.

Verificou-se que o referido princípio não possui um conceito fechado, ou seja, se expande e alcança diversos graus de exposição dentro da própria categoria jurídica de consumidor. Esta interpretação consiste em compreender que a hipervulnerabilidade representa melhor a defesa adequada de algumas parcelas de consumidores, como crianças, idosos, pessoas com deficiências, analfabetos dentre outros cidadãos-consumidores, que precisam de uma tutela em conformidade com suas acentuadas fragilidades e graus de riscos jurídicos aos quais são expostos e potencializados, devido sua hipervulnerabilidade diante do mercado globalizado e altamente tecnológico.

Os desafios à efetivação dos direitos e proteção dos consumidores são de cunho tecnológico, social, cultural, econômico e político, mas também de legais e estruturais, como foi tratado no capítulo 3 do estudo. A garantia de meios democráticos que possam ser acessados por todos é um desafio constante, no que diz respeito a buscar justiça para conflitos na seara consumerista.

Todavia, a resolução de conflitos extrajudiciais nas relações de consumo vem se consolidando e auxiliando a desburocratizar a Justiça, contribuindo ainda para o exercício democrático de cidadania. Ainda que para se alcançar o ideal, desafios precisem ser superados.

Os métodos alternativos de resolução de conflitos, já são uma realidade na sociedade brasileira, refletindo as mudanças sociais e culturais da pós-modernidade, assim dar primazia a via judicial não é mais uma opção viável para solução de conflitos de diferentes ordens. Principalmente, pela necessidade de celeridade que a sociedade na atualidade exige para suas questões que envolvem

litígios, a mediação se mostra o melhor caminho para solução de conflitos relacionados ao consumo.

Enquanto argumentos finais destacam-se, a iniciativa do Conselho Nacional de Justiça, ao editar a Resolução 125/2010, as alterações do Código de Processo Civil de 2015, a regulamentação da mediação com lei própria e, por sua visão *erga omnes* o Código de Defesa do Consumidor, são regulamentações alinhadas às questões do século XXI de proteção aos consumidores.

Nesse sentido, o Balcão do Consumidor, projeto da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, se evidencia pela efetivação da parceria público/comunitária na mediação, ao solucionar conflitos de cidadão-consumidor na esfera extrajudicial, bem como pela consciência de que o maior desafio que envolve efetivação de políticas públicas continua a ser transformar o consumidor em cidadão devido ao capitalismo.

REFERÊNCIAS DAS FONTES CITADAS

ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso; FRANÇA, Joelma da Silva Machado; ROCHA, Maria Célia Albino. Sociedade da Informação e seus reflexos. In: 4º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DIREITO E CONTEMPORANEIDADE: mídias e direitos da sociedade em rede. **Anais...** Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Santa Maria, RS, 8 a 10 de novembro de 2017.

ARENDT, Hanna. **A condição humana**. Tradutor Roberto Raposo. 11 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

ARLÉ, Danielle de Guimarães G. Existe um caminho melhor. In: CHAI, Cássius Guimarães. (Org.). **Mediação Comunitária**. São Luís: Procuradoria Geral de Justiça do Estado do Maranhão/Jornal da Justiça/Cultura, Direito e Sociedade (DGP/CNPq/UFMA), 2014.

BAQUERO, Marcello. Democracia formal, cultura política informal e capital social no Brasil. **Opin. Publica**, Campinas, v. 14, n. 2, p. 380-413, novembro de 2008.

BARBOSA, Ariana P. de Azevêdo; SILVA, Cristiano Alves da. **Os métodos consensuais de solução de conflitos no âmbito do Novo Código de Processo Civil Brasileiro Lei nº 13.105/15**. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios – TJDFT, 2015.

BAUMAN, Zigmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: As consequências humanas**. São Paulo: Zahar, 1999.

BET VIEGAS, João Ricardo. A Hipervulnerabilidade como critério para a aplicação do Código de Defesa do Consumidor. **Res Severa Verum Gaudium**, v. 4, n. 1, Porto Alegre, p. 73-91, jun., 2019.

BORGES, Alexandre W.; MENEGAZ, Mariana Lima. Mecanismos adequados de solução de conflitos como política pública para a efetivação do acesso à justiça. **Revista Eletrônica do Curso de Direito da UFSM**, Santa Maria, RS, v. 14, n. 1, 2019.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. **Diário Oficial da União**. Brasília, 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em: 6 nov. 2020.

BRASIL. **Lei n. 13.105 de março de 2015**. Código de Processo Civil. Disponível: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13105.htm Acesso em: 12 nov. 2020.

BRITTO, Igor Rodrigues; SANTOS, Ricardo Goretti. O papel do Procon na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo. **Revista Eletrônica de Direito Processual – REDP**, Rio de Janeiro, n. 4, dec., 2009.

CAMARGO, Daniela Arguilar. A mediação comunitária como ferramenta de acesso a justiça e desenvolvimento no espaço local. **Rev. Bras. Polít. Públicas (Online)**, Brasília, v. 7, n. 1, p. 51-63 2017.

CASADO, Guadalupe Medina. Efeitos econômicos e fiscais do Covid 19: análise das medidas adotadas pelo governo da Espanha. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí-SC: UNIVALI, 2020.

CHAVEIRO, Simone Fernandes dos Santos; BORGES, Eduardo Batista. O papel das políticas públicas na defesa do consumidor. **Revista de Economia**, Anápolis-GO, v. 12, n. 01, p.17-34 Jan/Jun. 2016.

CHOMSKY, Noam. **O lucro ou as pessoas?** Tradução Pedro Jorgensen Jr. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CORREIA, José Jonas Alves; SILVA, Felipe E. Alves da; SILVA, Valdemir et al. A Psicologia Econômica na análise do comportamento do consumidor. **Revista Brasileira de Marketing – ReMark**, São Paulo, v. 16, n. 2. Abr./Jun., 2017.

CORTEZ, A. T. C.; ORTIGOZA, S. A. G. (Orgs.). **Da produção ao consumo: impactos socioambientais no espaço urbano** [online]. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

DA CAS, Thiago S. Nascimento. Da vulnerabilidade a hipervulnerabilidade: o idoso frente ao mercado de consumo. **Rev. de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Porto Alegre, v. 4, n. 2, p. 19- 32, jul./dez., 2018.

DI MASI, Anna Maria; CASSIANO, Julio C. de Arantes; CORDEIRO, Renata de Assis. Mediação comunitária à luz do princípio da dignidade da pessoa humana. In: CHAI, Cássius Guimarães. (Org.). **Mediação Comunitária**. São Luís: Procuradoria Geral de Justiça do Estado do Maranhão/Jornal da Justiça/Cultura, Direito e Sociedade (DGP/CNPq/UFMA), 2014.

DIEHL, Rodrigo Cristiano; ALMEIDA, Alcione. Globalização e relações de consumo: as faces de um estado contemporâneo. In: 10º JORNADA DE PESQUISA E 9º JORNADA DE EXTENSÃO DO CURSO DE DIREITO, FAMES. **Anais...**, Faculdade Metodista Centenário, Santa Maria, RS, 2016.

DULCI, Luciana Crivellari. Globalização, moda e a cultura do consumismo. **Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisa em Moda**, Universidad de la Rioja, Longroño, Rioja, Espanha, v. 8, n. 17, p. 81-89, 2015.

DUPONT, Fabiano Rodrigo; DIEHL, Rodrigo Cristiano. O papel das novas tecnologias de informação na educação para o consumo: diálogos com a modernidade. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015.

FONSECA, Luma Vilela Ramos; OLIVEIRA, Isabella Thalita Andretto. Responsabilização dos provedores de conteúdo nas relações de e-commerce. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Evento Virtual, v. 6, n. 1, p. 22-42, Jan/Jun. 2020.

FRADE, Catarina. A resolução alternativa de litígios e o acesso à justiça: A mediação do sobreendividamento. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra n. 65, p. 107-128, maio 2003.

FROTA, Renata Marques. Mediação e conciliação de conflitos de consumo: uma análise luso-brasileira. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

GAIO JÚNIOR, Antônio Pereira. Proteção internacional do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**, v. 107, set./out., 2016.

GERAIGE NETO, Zaiden; COSTA, Kerton Nascimento. A Eficácia do Código de Defesa do Consumidor em Face do Tratamento Diferenciado aos Consumidores na Fase Pós-Venda, por Parte dos Serviços de Atendimento ao Consumidor. **Sequência**, Florianópolis, n. 71, p. 221-238, dez. 2015.

GRAU, Eros Roberto. **A ordem econômica na Constituição de 1988**. São Paulo: RT, 1991.

HINZ, Gislaine; AOKI, Yolanda Shizue. Mundo do consumo: do consumismo para um consumo consciente. In: PARANÁ. Secretaria de Estado da Educação. Superintendência de Educação: **Os Desafios da Escola Pública Paranaense na Perspectiva do Professor PDE**, 2013. Curitiba: SEED/PR., 2016. V.1. (Cadernos PDE). Disponível em: <<http://www.gestaoescolar.diaadia.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?contedo=20>>. Acesso em 20 out., 2020.

JIMÉNEZ, Macarena Paz Gaete. **Métodos alternativos de resolução de conflito**. In: FÓRUM DE CORTES SUPREMAS DO MERCOSUL, Universidade Alberto Hurtado, Santiago – Chile, 2016.

KOHN, Karen; MORAES, Claudia Herte. O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital. In: INTERCOM – SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO. XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. **Anais...** Santos, 29 de agosto a 2 de setembro de 2007. p. 1

KONDER, Carlos Nelson. O segundo passo: do consumidor à pessoa humana. **Revista Brasileira de Direito Civil**, v. 1, jul./set., p. 276-280, 2014.

KUNKEL, Franciele Inês Reis; VIEIRA, Kelmara Mendes; POTRICH, Ani Caroline Grigion Potrich. Causas e consequências da dívida no cartão de crédito: uma análise multifatores. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 50, n.2, p.169-182, abr./maio/jun. 2015.

LIMA, Bruna Giacomini; FERREIRA, Vitor Hugo do Amaral. Tempos de consumo e vulnerabilidade potencializada: a necessária (re)leitura dos direitos fundamentais diante da Proteção do consumidor idoso superendividado. In: XXII SEMINÁRIO DE DEMANDAS SOCIAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA E VIII MOSTRA DE TRABALHOS JURÍDICOS CIENTÍFICOS. **Anais...** Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC, Santa Cruz do Sul, RS, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio**: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole, 2009.

LIZ, J. Pegado. A resolução alternativa de litígios no Direito da União Europeia. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

LOPES, Rayssa Rodrigues; COUTO, Mirela Guimarães Gonçalves; MORAIS, Márcio Eduardo Senra Nogueira Pedrosa. O consumo diante da economia colaborativa e da uberização: relações de risco em uma sociedade conectada. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Evento Virtual, v. 6, n. 1, p. 121-138, Jan/Jun. 2020.

MACEDO Júnior, Ronaldo Porto. Globalização e Direito do Consumidor. In: SUNDFELD, Carlos Ari; VIEIRA, Oscar Vilhena. (Coords.). **Direito Global**. São Paulo: Max Limonad, 1999.

MARCHESINI JUNIOR, Atilio. Uma análise da sociedade do consumo no contexto capitalista atual. **Revista Geográfica de América Central**, Universidad Nacional Heredia, Costa Rica, v. 2, julio-diciembre, p. 1-14, 2011.

MARINHO, Thais Alves. Cultura e economia: a busca de uma teoria de consumo. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 3, p. 761-766, set./dez. 2008.

MARQUES, Cláudia Lima. **A proteção do consumidor**: aspectos de direito privado regional e geral. Washington/Rio de Janeiro: Curso de Direito Internacional, CJI/OEA, 2001.

MARTINS, Guilherme. A mediação e os conflitos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 24, dez., 2016.

MAZZEI, Rodrigo; CHAGAS, Bárbara Seccato Ruis. Métodos ou tratamentos adequados de conflitos?. **Revista Jurídica da Escola Superior de Advocacia da OAB-PR**, EDIÇÃO ESPECIAL, Ano 3, n. 1, maio, 2018.

MEIRE, Rodrigo Rocha; ALVES, Fabrício Germano. Proteção jurídica especial dos consumidores hipervulneráveis. **Revista Juris Rationis**, Ano 8, n.2, p. 29-40, abr./set. 2015.

MENDONÇA, Claudia Maria Moreira K. A pós-modernidade e o consumismo no mundo globalizado. In: CALGARO, Cleide; REZENDE, Elcio Nacur. (Coords.). **Direito e sustentabilidade II** [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UnB/UCB/IDP/UDF. Florianópolis: CONPEDI, 2016.

METTE, F. Monika Budiner; MATOS, Celso Augusto. Comportamento do Consumidor Endividado: um Estudo com Indivíduos de Baixa Renda. In: XXXVIII ENCONTRO DA ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 13 a 17 de set., 2014.

MNEMOSYNE, Tenessy; CAVALCANTE, Maurício; MATOS, Marcelo, et al. **Globalização e sociedade da informação: perspectivas ético-políticas**. BAHIA: REDPECT, 2005.

MOREIRA, Adriano Januzzi. A mediação e a arbitragem como meios extrajudiciais de resolução de conflitos trabalhistas na vigência da lei nº 13.467/2017 - Reforma Trabalhista. **Juris Síntese DVD** – mar./abr., 2018.

MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n.1, 2018.

NASCIMENTO, Dulce. Repensando a solução adequada de litígios de consumo: mediação nas relações de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, v. VI, n. 22, jun., 2016.

OLIVEIRA, Malize Lourdes de; TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; ARAÚJO, Luiz Ernani Bonesso et al. O reflexo das tecnologias na construção e desconstrução da sociedade. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental – ReGet**, Santa Maria – RS, v. 19, n. 1, jan.- abr. 2015, p.114-120.

OLIVINDO, Bruna S. de; SANTANNA, Héctor Valverde. Política nacional de relações de consumo: referencial para a concretização da proteção do consumidor. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n. 8, p.61543-61560, aug., 2020.

PARDO, Guillermo Orozco. La mediación em los conflictos de consumo. **Revista Luso-Brasileira de Direito do Consumo**, Curitiba, Trimestral, v. 1, p. 211-229, mar., 2011.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; CALGARO, Cleide. Covid-19, causada pelo coronavírus: palavras sobre uma pandemia anunciada. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

PERPETUO, Rafael Silva; MIRANDA, Vanessa D. Mendonça; NABHAN, Francine A. Rodante Ferrari et al.. Os métodos adequados de solução de conflitos: mediação e conciliação. **Rev. Fac. Direito**, São Bernardo do Campo, v. 24, n. 2, 2018.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; SILVA, Rogerio. Balcão do Consumidor: Mediação das Relações de Consumo. **Prêmio Inovare**, Edição X, 2013.

PINTO, Marcos Felipe A.; RENTZING, Peterson da Silva; CHAVES, Raul Rocha. **Análise da abusividade contra consumidores hipervulneráveis a partir de decisões do Superior Tribunal de Justiça e do Código de Defesa do Consumidor.** 2015. Disponível em:

<https://seminario2015.ccsa.ufrn.br/assets/upload/papers/50c10b74ff99b0928780bfaf32d0966b.pdf> Acesso em: 18 out. 2020.

RETONDAR, Anderson Moebus. A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como “contexto social” de produção de subjetividades. **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 23, n. 1, p. 137-160, jan./abr 2008.

ROCHA, Frederico S.; BICALHO, Rayane T. Métodos Adequados de Resolução de Conflitos como Soluções para a Morosidade do Judiciário. In: 4º CONGRESSO INTERDISCIPLINAR DE PESQUISA, INICIAÇÃO CIENTÍFICA E EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA, 2019. **Anais...**, Centro Universitário Metodista Izabela Hendrix, Belo Horizonte, MG, 22 a 25 de abril, 2019.

ROCHA, Rodrigo Ribeiro; OLIVEIRA, Ronielton Rezende; TEIXEIRA, Luiz Antônio Antunes. Educação financeira e endividamento do consumidor de baixa renda: Tendências de inadimplência e adimplência. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO SOCIEDADE E INFORMAÇÃO. **Anais...** Petrópolis/RJ – 30 de novembro e 01 de dezembro de 2017.

RODRIGUES, Ana Maria da Silva; OLIVEIRA, Cristina M. V. Camilo de; FREITAS, Maria Cristina Vieira de. Globalização, cultura e sociedade da informação. **Perspect. Cienc. Inf.**, Belo Horizonte, v. 6, n. 1, p. 97 - 105, jan./jun., 2001.

ROSA, Luiz Carlos Goiabeira; BERNARDES, Luana Ferreira; FÉLIX, Vinícius César. O idoso como consumidor hipervulnerável na sociedade de consumo pós-moderna. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 18, n. 116, out., 2016./Jan., 2017.

RUSCHEINSKY, Aloisio; GADEIA, Carlos A.; PINHO, Carlos Eduardo Santos. Os paradoxos sociais e culturais ante o Covid-19: campo de imprevisibilidade e incertezas. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí- SC: UNIVALI, 2020.

SADEK, Maria Tereza Aina. Direitos e sua concretização: judicialização e meios extrajudiciais. **Cadernos FGV Projetos: Solução de Conflitos**, Rio de Janeiro: Instituto Brasiliense de Direito Público, Ano 12, n. 30, abr./maio, 2017.

SANTOS, Walter; SÁ, Alcindo José de. Avalanche do consumismo na modernidade. Uma sociedade sem limites no mundo globalizado. **Revista de Geografia**, Recife, UFPE – DCG/NAPA, v. 26, n. 3, set/dez. 2009.

SARRETA, Cátia Rejane L.. Algumas reflexões do poder simbólico em relação ao consumo na globalização. **Perspectiva**, Erechim. v. 36, n.134, p.19-29, junho/2012.

SENA, Adriana Goulart de. Formas de resolução de conflitos e acesso à justiça. **Rev. Trib. Reg. Trab. 3ª Reg.**, Belo Horizonte, v. 46, n. 76, p.93-114, jul./dez., 2007.

SILVA, Alzira Karla Araújo da; CORREIA, Anna Elizabeth Galvão Coutinho; LIMA, Izabel França de. Knowledge and technology in an information society. **Revista Interamericana de Bibliotecología**, v. 33, n. 1, p. 213-239, Ene.-Jun., 2010.

SILVA, Caroline Simor da; SANTIN, Janaina Rigo. Novas tecnologias de informação e comunicação e democracia. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CRUZ, Paulo Márcio; ZIBETTI, Fabíola W. (Orgs.). **Jurisdição constitucional, democracia e relações sociais**: desafios contemporâneos [recurso eletrônico]. Itajaí: Ed. Univali, Passo Fundo: Ed. da UPF, 2019.

SILVEIRA NETO, Antônio. A ordem econômica globalizada e as relações de consumo – aspectos relativos à proteção do consumidor. **Prim@ Facie**, ano 1, n. 1, jul./dez. 2002.

SILVA, R.; REIS, J. O desafio da aplicação do princípio da solidariedade na sociedade hiperconsumista que cultua o descartável. **Revista Justiça do Direito**, v. 32, n. 3, p. 583-607, 8 mar. 2019.

SOBHIE, Amir Ayoub; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. Proteção do consumidor no comércio eletrônico: Inovações relevantes para as vendas on line no Brasil a partir do Decreto Federal nº. 7962/2013. **Revista Eletrônica de Iniciação Científica**. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI, v. 4, n.4, p. 84-107, 4º Trimestre de 2013.

SOUZA, Cássio Bruno Castro; SALIB, Marta Luiza Leszczynski. A hipervulnerabilidade do consumidor no e-commerce cross border: o desafio do mercado transnacional. **Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo**, Belém, v. 5, n. 2, p. 64-84, Jul/Dez., 2019.

SOUZA, Rosana Vieira. Comportamento do Consumidor e Consumo de Tecnologia: Perspectivas de Investigação na Sociedade Contemporânea. In: IV ENCONTRO DE MARKETING DA ANPAD. **Anais..** Florianópolis, SC, 23 a 25 de maio de 2010.

TEIXEIRA, João Paulo Allain. Covid-19, revolução digital e capitalismo global: a pandemia em perspectiva decolonial. In: PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; CALGARO, Cleide; ROCHA, Leonel Severo. **Covid-19 e seus paradoxos**. Itajaí-SC: UNIVALI, 2020.

VERBICARO, Dennis. A política nacional das relações de consumo como modelo de democracia deliberativa. **Revista Jurídica da Presidência**, Brasília, v. 19, n. 119, p. 534-559, Out. 2017/Jan., 2018.

WARAT, Luiz Alberto. **Surfando na pororoca**: o ofício do mediador. Florianópolis: Fundação Boieteux, 2004. V.3