

**XXVI CONGRESSO NACIONAL DO
CONPEDI SÃO LUÍS – MA**

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS III

SÉBASTIEN KIWONGHI BIZAWU

YNES DA SILVA FÉLIX

ANTÔNIO GERMANO RAMALHO

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

Diretoria – CONPEDI

Presidente - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

Vice-presidente Sul - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

Vice-presidente Sudeste - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

Vice-presidente Nordeste - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

Vice-presidente Norte/Centro - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

Secretário Executivo - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

Secretário Adjunto - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

Representante Discente – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

Conselho Fiscal:

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

Secretarias:

Relações Institucionais – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

Educação Jurídica – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

Eventos – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

Comunicação – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D597

Direitos e garantias fundamentais III [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Antônio Germano Ramalho, Ynes Da Silva Félix, Sébastien Kiwonghi Bizawu – Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN:978-85-5505-567-6

Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações

Tema: Direito, Democracia e Instituições do Sistema de Justiça

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Cidadania. 3. Sociedade Plural. 4. Garantias. XXVI Congresso Nacional do CONPEDI (27. : 2017 : Maranhão, Brasil).

CDU: 34



XXVI CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO LUÍS – MA

DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS III

Apresentação

O multiculturalismo serviu de pano de fundo para justificar a qualidade dos discursos das ideias apresentadas nos artigos deste GT. Os Direitos Fundamentais, cada vez mais instigantes, contribuem com a capacidade criativa de nossos (as) autores (as) e por consequência com as Ciências Jurídicas, no sentido, de voltarmos os olhares para questões que não admitem mais adiamento em busca de soluções legítimas e eficazes que contribuam para a transformação consolidando cada vez mais o maior princípio da Carta Política: A dignidade da pessoa humana.

Oferecemos a oportunidade de belas leituras para a continuidade das discussões inerentes ao mundo da ciência e da permanente pesquisa em busca do aperfeiçoamento de direitos fundamentais que visam o bem-estar social, temas, a exemplo de:

Somos um território gigantesco, no entanto, ainda com pouca atenção ao problema da alimentação adequada. No mesmo diapasão a questão da água doce e a soberania da Amazônia reclamam atenção devida. O Indígena merece ter sua cultura e sua individualidade respeitadas. Há consumidores sem condições de consumir. O acesso ao consumo como fator de inclusão social é tema deste GT. Pai e Mãe precisam assumir as responsabilidades enquanto educadores preliminares. Qualidade do ensino, alimentação sadia, formação humana e social, são temas que enobrecem a discussão sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente. A web e seu pontos negativos. A responsabilidade civil pelas postagens indevidas. A relativização do direito de se expressar e do direito à vida privada. O Neoconstitucionalismo em foco. A perspectiva do Brasil adotar o compromisso significativo da África do Sul e harmonizar a relação dos poderes. Os estudos heterogêneos e conceito polissêmico do direito à informação. A necessidade de relaxamento absoluto do trabalhador como forma de preservação da saúde. O processo de quebra do formalismo burocrático das serventias notariais e registrais. Ampliação do conceito expresso no artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos na perspectiva de governos abertos em respeito ao direito à informação. Uma alternativa sobre o direito de ensinar pautado nos ideais do Homeschooling.

Agora é se debruçar nas belas produções, vivenciá-las e a partir dos seus pressupostos continuarmos a caminhada em busca da efetivação dos direitos e das garantias fundamentais como fruto de uma Constituição cidadão para uma nova civilidade.

Prof. Dr. Antonio Germano Ramalho - UEPB

Prof. Dr. Sébastien Kiwonghi Bizawu - ESDHC

Prof. Dra. Ynes da Silva Félix - UFMS

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 7.3 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR: ACESSO AO CONSUMO COMO FATOR DE INCLUSÃO SOCIAL E GARANTIA DO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA

CONSUMER PROTECTION: ACCESS TO CONSUMPTION AS A FACTOR OF SOCIAL INCLUSION AND GUARANTEE OF THE PRINCIPLE OF THE DIGNITY OF THE HUMAN PERSPECTIVE

**Andrea Silvana Fernandes de Oliveira
Glauce Suely Jácome da Silva**

Resumo

Com a Revolução Industrial, as populações migraram para os centros urbanos, buscando trabalho e melhores salários, com as máquinas intensificou a produção de mercadorias, e o consumo. Na Constituição Federal de 1988, a defesa do consumidor, adquiriu status de direito fundamental, estabelecendo o legislador no Código de Defesa do Consumidor o equilíbrio na relação de consumo, compatibilizando o desenvolvimento socioeconômico e as necessidades do consumidor. Importante, analisar a efetividade das normas consumeristas como fator de inclusão social e como garantia do acesso aos produtos e serviços considerados essenciais a existência digna de todo ser humano.

Palavras-chave: Direito fundamental, Consumidor, Dignidade da pessoa humana, Acesso ao consumo, Inclusão social

Abstract/Resumen/Résumé

With the Industrial Revolution, the populations migrated to the urban centers, looking for work and better wages, with the machines intensified the production of goods, and the consumption. In the Federal Constitution of 1988, consumer protection acquired fundamental rights status, establishing the legislator in the Consumer Defense Code the balance in the consumption relationship, making socioeconomic development compatible with consumer needs. It is important to analyze the effectiveness of the consumerist standards as a factor of social inclusion and as a guarantee of access to products and services considered essential for existence worthy of every human being.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Fundamental law, Consumer, Dignity of human person, Access to consumption, Social inclusion

INTRODUÇÃO

Consumir, na atualidade, não é apenas forma de aquisição de produtos ou serviços necessários para o bem-estar de uma pessoa é, uma forma de construção da identidade do sujeito e de sua cidadania. O homem político do século XVIII para o qual a cidadania se caracterizava e se assentava no exercício do direito de voto, está amplificado no século XXI pela necessidade de exercer outras opções que são fundamentais para se sentir integrado na sociedade, para se sentir cidadão. As opções de consumo adotadas por pessoas, por famílias, por grupos sociais neste século constituem uma escolha que é para a satisfação de necessidades, mas também, para construir ou reafirmar a identidade de sujeito social.

Nesse panorama, A defesa do consumidor, em uma relação de consumo, encontrou guarida como direito e garantia individual a partir da Constituição Federal de 1988, estabelecido no art. 5º, XXXII. Assegura ele o direito ao consumidor de ter reparado o seu dano, de devolver o produto adquirido e que não preenche as suas exigências ou que tenha vindo danificado, ou mesmo que começou a apresentar problema em seguida à sua compra, dentre outras. Este dispositivo não só por estabelecer um dever para o Estado, como também para autorizar o legislador a que venha estabelecer regras processuais desparificadas, assim como um direito material não necessariamente igualitário, mas que terá, no fundo, a prevalência dos interesses do consumidor.

Com efeito, o legislador ordinário, em obediência a este preceito constitucional, editou o Código de Defesa do Consumidor, que rege as relações de consumo, e define, para os efeitos da lei, quem é o consumidor, quem é o fornecedor de bens, de serviços, fabricante, etc, e os limites de suas respectivas responsabilidades.

Assim, o presente artigo foi elaborado com o objetivo de analisar a efetividade das normas consumeristas como fator de inclusão social e como garantia do acesso aos produtos e serviços considerados essenciais a existência digna de todo e qualquer ser humano, o princípio da dignidade da pessoa humana e sua estreita ligação com o direito do consumidor.

A proteção ao consumidor adquire contornos para além da proteção econômica. A defesa do consumidor é hoje uma forma de garantia da dignidade da pessoa humana e, de cumprimento do princípio constitucional de construção de uma sociedade mais solidária e mais justa.

A metodologia empregada consiste em um estudo descritivo de natureza qualitativa, orientado por uma pesquisa bibliográfica no que concerne a uma classificação quanto aos procedimentos técnicos utilizados, desenvolvida através de livros jurídicos, artigos publicados

em revistas e sítios virtuais na internet, notícias de jornais e jurisprudências sobre o assunto abordado.

1 FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

O estabelecimento da moderna legislação pátria que regulamenta as relações de consumo, decorreu de uma luta histórica e gradativa desenvolvida em todo o mundo. Já que as transformações ocorridas nas relações sociais evidenciam-se nos sistemas jurídicos e que as instituições jurídicas foram redimensionadas em razão da crise da modernidade que rendeu ensejo para a configuração da sociedade de consumo, fazendo com que a proteção ao consumidor apareça como um Direito Humano e Fundamental.

Foi com a Constituição Federal de 1988 que se estabeleceu tratamento direto e efetivo de proteção ao consumidor, conforme se consta no Título II – Dos Direitos e Garantias Fundamentais, no artigo 5º, XXXII; no Título III – Da Organização do Estado, artigo 24, VIII; no Título IV – Da Organização dos Poderes, artigo 129, III; Título VII – Da ordem Econômica e Financeira, artigo 170, V; e artigo 48, de suas Disposições Transitórias.

Observa-se que o artigo 48 da ADCT, bem como a preocupação legislativa em inserir a tutela ao consumidor nas Garantias Fundamentais do texto constitucional, significou o ordenamento ao Estado para a criação do que resultou a Lei nº 8.078/90, considerada uma das legislações mais modernas, quanto ao tema.

Assim, vê-se que, a Constituição Federal prevê a defesa do consumidor como garantia e direito fundamental, conseqüentemente, os direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor ou em qualquer outra fonte do direito que verse sobre o assunto, ganham status de direitos fundamentais, protegidos rigorosamente pela Carta Magna brasileira que, conseqüentemente, impõe sua aplicação de ofício para a devida efetivação dos direitos consumeristas.

No Brasil, pois, a proteção do consumidor é um valor constitucionalmente fundamental e é um direito subjetivo fundamental (art. 5º, XXXII), guiando – e impondo – a aplicação ex officio da norma protetiva dos consumidores, a qual realize o direito humano (efeito útil e pro homine do status constitucional); esteja esta norma no CDC ou em fonte outra (art. 7º do CDC). (MARQUES, 2013, p. 72).

Nesse sentido, como direito fundamental que trata, verifica-se a enorme importância do CDC e a sua preocupação em tutelar a parte mais fraca da relação consumerista e neste sentido discorre MARQUES (2013, p.53):

O CDC brasileiro concentra-se justamente no sujeito de direitos, visa proteger este sujeito, sistematiza suas normas a partir desta ideia básica de proteção de apenas um sujeito “diferente” da sociedade de consumo: o consumidor. É um Código especial para “desiguais”, para “diferentes” em relações mistas entre um consumidor e um fornecedor.

Tendo em vista que a Constituição Federal Brasileira é a lei maior, mais importante do sistema legal brasileiro, base e fonte para todas as demais leis, a previsão expressa nesta, da proteção do consumidor deixa evidente sua condição de direito fundamental, a preocupação do legislador em amparar de forma específica e efetiva a relação jurídica de consumo, justamente porque esta gera cada dia mais, efeitos diretos na existência digna do cidadão em sociedade.

1.1 Política Nacional de Defesa do Consumidor como efetivação ao Princípio da Dignidade da Pessoa Humana

A Política Nacional de Defesa do Consumidor encontra-se regulamentada no art. 4º, CDC, o qual tem a dignidade consagrada no seu caput, ao prever que tal política 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”, elegendo, ainda, a título de princípios, dentre outros, o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, ou seja o entendimento de que o consumidor é a parte mais fraca da relação de consumo, o que caracteriza um desdobramento do princípio da igualdade constitucional na legislação infraconstitucional.

Os princípios do CDC realizam os valores constitucionais de proteção e defesa dos consumidores, tais como saúde, a segurança, a vulnerabilidade e outros mais. Por isso deve-se interpretar o Código de Defesa do Consumidor como reflexo das normas constitucionais protetoras da integridade física e moral da pessoa humana, dos interesses superiores do Estado, que almeja garantir uma sociedade justa.” (CAVALIERI FILHO, 2014, p. 25).

Identifica-se que o objetivo do Código de Defesa do Consumidor é estabelecer o equilíbrio na relação jurídica de consumo, compatibilizando o desenvolvimento socioeconômico e as necessidades do consumidor, que para viver em sociedade de forma digna depende da eficácia de vários contratos de consumo, principalmente aqueles considerados essenciais, como por exemplo, os contratos de fornecimento de energia elétrica, água e tratamento de esgoto, bem como nos contratos de compra e venda de produtos alimentícios

No tocante, aos direitos básicos do consumidor, previstos de forma exemplificativa no art. 6º do CDC, podem ser compreendidos enquanto direitos mínimos dos consumidores nas relações de consumo, estando também diretamente relacionados com os direitos fundamentais do consumidor e com o princípio da dignidade da pessoa humana. Destacam-se a proteção da vida, saúde e segurança; a educação e divulgação adequada dos produtos e serviços, a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, a modificação de cláusulas contratuais que estabeleçam obrigações desproporcionais; a revisão de cláusulas contratuais desiguais; a prevenção e reparação de danos morais e materiais (danos emergentes e lucros cessantes), a inversão do ônus da prova.

Dentre outros aspectos, podemos citar que ao tratar da proteção contratual, o legislador privilegia a dignidade do consumidor e o intervencionismo estatal, tudo à exata medida em que se exige do fornecedor que o consumidor tenha a oportunidade de tomar conhecimento prévio do conteúdo contratual; e, em caso de dúvida, conforme prevê o art.47 do CDC, a interpretação deve ser mais favorável ao consumidor.

As cláusulas abusivas, serão nulas de pleno direito, o que representa uma mitigação do princípio do *pacta sunt servanda*, além da aplicação do princípio constitucional da igualdade e da dignidade da pessoa humana, pois o afastamento das cláusulas abusivas significa exatamente isso, a prevalência do equilíbrio contratual diante de uma situação jurídica privada que não pode ser absoluta.

A proteção e o respeito à dignidade da pessoa humana trazida pelo Código de Defesa do Consumidor são evidenciados pela jurisprudência majoritária e atual dos tribunais:

Ementa: EMENTA DIREITO ADMINISTRATIVO E DO CONSUMIDOR. SAÚDE. MEDICAMENTOS. **DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA.** PORTADORES DE DEFICIÊNCIA VISUAL. ACESSO ÀS INFORMAÇÕES CONSTANTES NAS BULAS. FONTE AMPLIADA OU BRAILLE. DECRETO Nº 5.296/2004 E LEIS FEDERAIS Nº 10.048/2000 E 10.098/2000. ALEGAÇÃO DE OFENSA AO ART. 5º, LIV, DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA. NATUREZA INFRACONSTITUCIONAL DA CONTROVÉRSIA. EVENTUAL VIOLAÇÃO REFLEXA DA CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA NÃO VIABILIZA O MANEJO DE RECURSO EXTRAORDINÁRIO. ACÓRDÃO RECORRIDO PUBLICADO EM 19.3.2012. Obstada a análise da suposta afronta ao inciso LIV do artigo 5º da Carta Magna, porquanto dependeria de prévia análise da legislação infraconstitucional aplicada à espécie e da reelaboração da moldura fática constante no acórdão de origem, procedimento que refoge à competência jurisdicional extraordinária desta Corte Suprema, a teor do art. 102 da Magna Carta. As razões do agravo regimental não se mostram aptas a infirmar os fundamentos que lastrearam a decisão agravada, mormente no que se refere à ausência de ofensa direta e literal a preceito da Constituição da República. Agravo regimental conhecido e não provido. (**Processo:** ARE 849794 SP. **Órgão Julgador:** Primeira Turma. **Publicação:** 10-03-2015. **Julgamento:** 24 de Fevereiro de 2015. **Relator:** Min. ROSA WEBER).

Ementa: CDC. RESPONSABILIDADE CIVIL. DISCRIMINAÇÃO SOCIAL. GERENTE DE LOJA QUE NÃO AUTORIZA VENDA DE MOBÍLIA À CONSUMIDORA POR SER ESTA DOMICILIADA NA CIDADE ESTRUTURAL. CONSTRANGIMENTO DEMONSTRADO. DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA VIOLADA. DANO MORAL CONFIGURADO. INDENIZAÇÃO ARBITRADA. RECURSO DA AUTORA PROVIDO PARCIALMENTE E RECURSO DA RÉ IMPROVIDO. COMETE DANO MORAL, PASSÍVEL DE REPARAÇÃO, O GERENTE DE LOJA QUE SE NEGA A EFETIVAR A VENDA DE MOBÍLIA, NÃO INFORMANDO COM ANTECEDÊNCIA A IMPOSSIBILIDADE DE ENTREGA NA RESIDÊNCIA DA CONSUMIDORA, ENTENDENDO NÃO HAVER SEGURANÇA. O DANO MORAL, NA SITUAÇÃO DOS AUTOS, SOBRELEVA NA MEDIDA EM QUE IMPORTA OFENSA AO PRINCÍPIO DA DIGNIDADE DA PESSOA HUMANA, JÁ QUE NINGUÉM PODE SER DESTRATADO E TER NEGADO DIREITO BÁSICO DO CONSUMIDOR PROTEGIDO CONSTITUCIONALMENTE, A PRETEXTO DE ILAÇÕES SOBRE A REPUTAÇÃO DO LOCAL DA RESIDÊNCIA DAQUELE, COM A AGRAVANTE DE QUE O FATO SE DEU PERANTE TERCEIROS. O VALOR DA INDENIZAÇÃO POR DANOS MORAIS DEVE SER FIXADO CONSOANTE PARÂMETROS QUE NÃO ACARRETEM O ENRIQUECIMENTO SEM CAUSA DA REQUERENTE, MAS SIRVAM À JUSTA RECOMPOSIÇÃO DO DANO SOFRIDO. RECURSO DA AUTORA PROVIDO PARCIALMENTE PARA AJUSTAR O VALOR DA INDENIZAÇÃO A ESSES PARÂMETROS. RECURSO DA RÉ IMPROVIDO. (TJDF – Ação Civil do Juizado Especial. Processo: ACJ 1383548920078070001 DF 0138354-89.2007.807.0001. Órgão Julgador: Primeira Turma Recursal dos Juizados Especiais Cíveis e Criminais do D.F. Publicação: 09/01/2009, DJ-e Pág. 141. Julgamento: 9 de Dezembro de 2008. Relator: ESDRAS NEVES).

O “consumo é inclusão na sociedade, nos desejos e benesses do mercado atual. Em outras palavras, consumo é, para as pessoas físicas, a realização plena de sua liberdade e dignidade, no que podemos chamar de verdadeira ‘cidadania econômico-social’”. (MARQUES, 2013, p.407), sendo assim, necessária e vital é a proteção específica do consumidor, pessoa humana vulnerável na relação jurídica de consumo, para que este faça parte, com dignidade, da sociedade de consumo em que vivemos.

2 IMPORTÂNCIA DO CONSUMIDOR NA ESTRUTURA ECONÔMICA

A ordem econômica, que tem por base a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa, com a finalidade de assegurar a todos existência digna conforme os ditames da justiça social, deverá observar os princípios indicados nos incisos do art. 170 da Constituição Federal de 1988.

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:
I - soberania nacional;

II - propriedade privada;
III - função social da propriedade;
IV - livre concorrência;
V - defesa do consumidor;
VI - defesa do meio ambiente;
VII - redução das desigualdades regionais e sociais;
VIII - busca do pleno emprego;
IX - tratamento favorecido para as empresas brasileiras de capital nacional de pequeno porte.
Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei. (grifo nosso).

Os princípios gerais norteiam a atividade econômica, pois são ponderados como diretrizes ligadas à apropriação privada dos meios de produção e à livre iniciativa, que consubstanciam a ordem capitalista do atual sistema.

Nesse contexto, é salutar que façamos um voo panorâmico sobre o modelo de estado democrático de direito que tem como base econômica o sistema capitalista. Como bem assevera José Afonso da Silva, “[...] a ordem econômica, consubstanciada em nossa Constituição vigente, é uma forma econômica capitalista, porque ela se apoia inteiramente na apropriação privada dos meios de produção e na iniciativa” (2009, p. 666).

Todavia, os referidos princípios não são tão-somente a baliza da atividade econômica, mas também a base para a relação consumerista mais justa e igualitária. Não há como negar que nosso ordenamento jurídico reconhece a hipossuficiência do consumidor, de tal sorte que o legislador buscou um diploma legal específico para reger tais relações de consumo, para que, à luz da Constituição, sejam estabelecidos aqui também o equilíbrio e a harmonia que a sociedade almeja.

3 O CONSUMO COMO QUESTÃO SOCIAL

O consumidor é sujeito com papel social, ligado à ordem econômica exatamente porque consome, está integrado a estrutura globalizada e suscetível aos riscos próprios do modelo atual de sociedade e figura sempre em posição de desigualdade diante do fornecedor, o que determina a intervenção do Estado no sentido de garantir condições de “igualdade” nas contratações e “liberdade” de escolha. Conforme Miragem (2016, p. 61) “a figura da desigualdade fática, é que legitimará o tratamento jurídico desigual na medida desta desigualdade real”.

A desigualdade fática está compreendida exatamente no sentido de que, não sendo o consumidor capaz de atender diretamente todas as suas necessidades de consumo,

principalmente as necessidades mais básicas, como alimentação e saúde, ele depende do mercado, estando submetido, neste contexto, à ordem produtiva vigente.

O consumidor não participa do processo de produção, não define como, quando e quais os produtos e serviços que devem ser colocados no mercado, de maneira que tende a ser “orientado” em suas escolhas pelo próprio mercado, pelos seus mecanismos, a publicidade o principal deles. É certo que a publicidade exerce pressão no sentido de ampliar o nível de consumo e assim, envolvem as pessoas e as incentiva a adquirem produtos e serviços novos, abandonando objetos ainda em condições de uso, gerando problemas inclusive de ordem ambiental. Ortigoza (2009, p. 19) resume, “o consumo passa a ser sistematicamente aperfeiçoado e consecutivamente estimulado”.

O modelo atual de sociedade de consumo é ditado pelo capitalismo e tem como principal característica o consumo massivo de bens e serviços para dar conta da elevada produção, resultado das mudanças no sistema que é cada vez mais industrializado, produzindo mais em razão da utilização das novas tecnologias e artefatos.

Além da característica da produção em larga escala, esse padrão também aponta o consumo como aspecto de identidade pessoal, do ser. O ser, neste sentido, é consequência do ter. O modelo indica que a felicidade e a prosperidade somente serão alcançadas através do consumo.

Com a expansão da sociedade de consumo, amplamente influenciada pelo estilo de vida norte-americano, o consumo transformou-se em uma compulsão e um vício, estimulados pelas forças do mercado, da moda e da propaganda. A sociedade de consumo produz carências e desejos, tanto materiais quanto simbólicos, e os indivíduos passam a ser reconhecidos, avaliados e julgados por aquilo que consomem, vestem ou calçam, pelo carro e pelo telefone celular que exibem em público. (CORTEZ, 2009, p. 37)

Neste sentido, fica clara a relação direta entre consumo e cultura. Campbell (2001), ao elaborar uma leitura histórico-cultural do consumo e tratando de compreender o consumo como algo relacionado à necessidade e utilidade de bens e serviços, identifica três correntes de entendimento: A instintivista que traduz a necessidade implicada em herança biológica do ser humano, onde o alimento é imprescindível, por isso é buscado para aliviar a falta, o manipulacionismo para explicar o consumo a partir de influências externas que incentivam o consumidor a procurar produtos e serviços, portanto, simulam necessidades que não são reais, mas que se projetam através do simbolismo em torno de sonhos e desejos e a veblenesca em que o consumo serve, além de atender as necessidades, para sinalizar um status social.

O consumo, neste contexto, não é considerado apenas um mecanismo de satisfação de necessidades, mas um meio de manutenção e fortalecer de um *status quo*, de um modelo social cuja principal referência é a insaciabilidade e o desejo da novidade.

Bauman (2008, p. 31) ao estudar o consumismo constata que “a troca de uma mercadoria defeituosa, ou apenas imperfeita e não plenamente satisfatória, por uma nova e aperfeiçoada” é uma receita, um hábito aprendido e interiorizado, “a sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando ‘velho’ a ‘defasado’, impróprio para continuar sendo utilizado”.

O consumo é elemento fundamental da sociedade contemporânea, é parte integrante de do projeto capitalista e, portanto, mecanismo de reprodução do modelo de acumulação e de desigualdades.

(...) consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilos de vida e identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA e CAMPBELL, 2006, p. 26).

Em tempos de globalização, os padrões de consumo são massificados, a moda, a novidade é que estabelece as regras de convivência e integração social, o fetichismo da mercadoria atribui ao produto qualidades, como “(...)se estas, por conta própria, travassem relações entre si a despeito da mediação humana”. (BAUMAN, 2007, p. 22)

Por outro lado, a globalização impõe interesses e necessidades a partir dos padrões de consumo e dos interesses dos países desenvolvidos e isso tem implicação direta nos valores culturais e nas referências locais. Em estudo sobre as razões do subdesenvolvimento, Celso Furtado constata que a incorporação de bens pela modernização dos hábitos de consumo e ampliação do comércio global, em vez de promover o desenvolvimento, amplia a condição de dependência dos países pobres com relação aos ricos e fortalece a acumulação e a desigualdade social.

O problema apresenta-se hoje em graus diversos por todas as partes, à medida que a produção de bens culturais transforma-se em negócio ciclópico e que uma das leis que rege esse negócio é a uniformização dos padrões de comportamento, base da criação dos grandes mercados e ao mesmo tempo causa da crescente exclusão social. (FURTADO, 2002, p. 38)

A globalização estrangula as individualidades e as particularidades culturais, corrompe as referências do lugar, sufoca o mercado interno e torna os consumidores finais uma massa guiada e manipulada pelas técnicas de marketing.

Neste ambiente globalizado, o consumidor é figura vulnerável e dependente de mercado, menos racional para escolhas porque a mídia tem poder predominante que consegue criar interesses e necessidades, induzindo o indivíduo a comprar, a contratar de forma insaciável e assim dar conta da intensa oferta de mercadorias geradas pela modernização industrial.

4 O ACESSO AO CONSUMO E A TUTELA DO DIREITO

Consumo é inclusão social, portanto, o acesso ao consumo é condição para igualdade. O consumo deve também ser resultado de uma escolha, do exercício da autonomia e da vontade do indivíduo, uma liberdade. Por outro lado, a satisfação das necessidades via consumo é a marca da dignidade, ou seja, um exercício de cidadania.

Sendo o consumo uma condição para efetividade dos direitos fundamentais à liberdade, à igualdade e a dignidade, deve o Direito se debruçar para estabelecer máxima proteção a esta condição humana. O sistema jurídico, via de regra, deve estar atento ao atendimento das necessidades da pessoa enquanto consumidor e protegê-lo em sua condição de vulnerabilidade e com isso reconhecer e respeitar o direito fundamental da cidadania.

A passagem do Estado liberal ao Estado social, em que os governos passam a intervir diretamente na economia, abandonando a ideia de livre mercado e livre concorrência como indicativo de desenvolvimento, coloca uma nova agenda de direitos visando assegurar liberdade e igualdade para todos. É nesta esteira que são construídas as legislações nacionais do Século XX.

A Constituição brasileira de 1988, neste contexto, muito mais que assegurar o direito do consumidor considerado em sua vulnerabilidade, “tem por objetivo a proteção da necessidade de consumir na sociedade de consumo de massas contemporânea.” (MIRAGEM, 2016, 53)

Confere-se, na Constituição de 1988, proteção máxima ao consumidor e exige do Estado uma intervenção no sentido de estabelecer regras específicas para a tutela do cidadão consumidor, portanto, esta máxima não pode ser considerada um fim em si mesmo, mas uma perspectiva que exige, conforme tempo e espaço, uma atuação direcionada e programática com vistas a prevenir e reparar eventuais danos sofridos pelos consumidores.

Sendo a Constituição uma orientação geral e obrigatória, as legislações infraconstitucionais devem atentar rigorosamente às suas determinações. É neste sentido, que o Código Civil de 2002 ao tratar dos contratos de consumo é direcionado pelos princípios gerais da boa-fé e da função social do contrato e ao prevê o regime de responsabilidade civil para as relações de consumo, assegura a responsabilidade objetiva, ou seja, sem a necessidade de comprovação de culpa. Do mesmo modo, o Código Penal recepciona as regras do Código de Defesa do Consumidor no tocante às práticas consideradas crimes no mercado de consumo e que prejudicam o consumidor, assim como o ramo do Direito Penal Econômico que deve punir delitos praticados contra a ordem econômica, portanto, que ataquem seus princípios, notadamente a defesa do consumidor.

Entretanto, é o Código de Defesa do Consumidor, Lei 8078 de 11 de setembro de 1990 que, de forma mais sistemática, pensa e articula a defesa do consumidor, identificando-o como sujeito de direitos, assumindo-o como vulnerável da relação e exigindo do poder público condutas e programas de proteção.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) não surgiu por acaso, tampouco decorreu de um simples projeto como qualquer outra lei ordinária. Ele é (...) resultado de todos os movimentos consumeristas anteriormente ocorridos no Brasil e no exterior, como é também o instrumento legal de realização de valores constitucionais de proteção e defesa dos consumidores, tais como a saúde, a segurança, a vulnerabilidade e outros mais. Em suma, o Código de Defesa do Consumidor destina-se a efetivar, no plano infraconstitucional, princípios constitucionais, especialmente os princípios da isonomia substancial e da defesa do consumidor. (CAVALIERI, 2014, p. 10)

Marques (2013, p. 55) reconhece o CDC como uma “lei visionária, que mudou o mercado brasileiro, estabeleceu um novo patamar de boa-fé e qualidade nas relações privadas no Brasil, especialmente na proteção dos mais vulneráveis nas relações econômicas.”

Para Filomeno (2016, p. 16), o Código de Defesa do Consumidor vai além de um conjunto de regras, significa “uma filosofia de ação, eis que traça uma política ou um conjunto de diretrizes que devem ser seguidas para que o consumidor seja efetivamente protegido e defendido”.

5 A POLÍTICA NACIONAL DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR E O DIREITO COMO INSTRUMENTO DE MUDANÇAS SOCIAIS

A Constituição Federal de 1988 determina expressamente a ação do Estado para a proteção do consumidor e a primeira orientação é no sentido de criação de um regramento

específico de tutela capaz de garantir o equilíbrio e a harmonia nas relações de consumo, partindo do reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor.

A atenção ao consumidor traduz em um cuidado com as relações de consumo estabelecidas. Almeida (2006, p. 14) considera que a defesa do consumidor não pode ser encarada como “instrumento de confronto entre produção e consumo, senão como meio de compatibilizar e harmonizar os interesses envolvidos.”

A Política Nacional das Relações de Consumo instituída pelo artigo 4º do CDC tem por objetivos o atendimento das necessidades dos consumidores e respeito à sua dignidade, de sua saúde e segurança, proteção de seus interesses econômicos e melhoria da qualidade de vida dos consumidores. Para isso, também considera como princípios orientadores o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor, a ação governamental no sentido de proteger e defender o consumidor, a boa-fé e a harmonia nas relações de consumo, a educação para o consumo e o combate aos abusos praticados no mercado de consumo.

A orientação para o atendimento das necessidades dos consumidores apresenta a estratégia de extrema proteção do Código de Defesa do Consumidor, indo até a intervenção do Estado no domínio econômico para suprir as necessidades básicas de consumo (NUNES, 2005).

Também, o respeito ao princípio da dignidade humana impõe a submissão a todos os princípios e normas necessárias ao cumprimento dos direitos fundamentais da pessoa, portanto a defesa do consumidor prioriza e assegura o direito à vida, à saúde, à liberdade, à igualdade, à segurança, seria um estreito laço com os compromissos constitucionais instituídos pela Carta Magna de 1988.

No Brasil, ao lado de uma parcela significativa de consumidores com um padrão de consumo dispendioso, comparável ao dos países ricos, temos uma maioria que, para sobreviver, consome pouco, mas que também persegue hábitos de consumo insustentáveis. Dessa forma, as políticas de consumo sustentável no Brasil devem estar relacionadas, em primeiro lugar, com a eliminação da pobreza, ou seja, elevar o piso mínimo de consumo daqueles que vivem abaixo de um padrão de consumo que garanta uma vida digna. Ao mesmo tempo, é necessário mudar os padrões e níveis de consumo, evitando a concentração de renda, e promover um novo estilo de vida mais sustentável. (CORTEZ, 2009, p. 46)

É neste contexto que a Política Nacional das Relações de Consumo tem como propósito a melhoria da qualidade de vida do consumidor, garantindo a inclusão através do consumo, permitindo a aquisição de produtos e contratação de serviços essenciais, possibilitando um mínimo de conforto material e bem-estar moral e psicológico.

No mercado de consumo, há uma limitação do consumidor com relação aos seus direitos individuais fundamentais, a escolha não é tão livre, a liberdade é reduzida, a relação

em sua origem é considerada de risco e desigual, assim, a política estabelecida pelo CDC é mesmo protecionista e reclama uma ação governamental firme e comprometida. Neste caso, o Estado não agirá apenas como mediador de eventuais conflitos entre consumidores e fornecedores, mas como propositor, executor e fiscalizador de programas e projetos de defesa da parte mais vulnerável da relação, o consumidor.

A defesa do consumidor, portanto, demanda uma política pública de Estado para realização da norma programática prevista pelo texto constitucional (art. 5º, XXXII). Para que esta política seja firmada no contexto da Constituição, sob a égide do Estado Democrático de Direito, é preciso ter como elemento a ampla participação social. Assim, acertada está a previsão do CDC pela compreensão da educação como princípio básico da política nacional.

A educação de que trata o Código deve ser vista em sentido formal e informal e deve envolver todos os participantes da relação de consumo, além do poder público. A educação oferecida pelo próprio Estado (formal) desde os primeiros anos escolares indica uma formação socialmente comprometida, a geração de um novo consumidor, preparado e atento às escolhas no mercado, consciente e rigoroso com relação à preservação do meio ambiente. Por isso, a ação governamental deve promover uma cultura educativa que envolva instituições de ensino, professores e cidadãos, de modo geral. Por outro lado, é preciso exigir do próprio mercado a orientação adequada para o consumo de produtos e serviços com qualidade e segurança, uma educação (informal) pautada na transparência e na boa-fé, uma ação afirmativa para evitar danos ao consumidor.

Consumo e cidadania podem ser pensados de forma conjunta e inseparável, já que ambos são processos culturais e práticas sociais que criam o sentido de pertencimento e identidade, pois quando selecionamos e adquirimos bens de consumo, seguimos uma definição cultural do que consideramos importante para nossa integração e diferenciação sociais. (CORTEZ, 2009, p. 37)

Ao participar, o consumidor pode mudar práticas no mercado, contribuindo para a melhoria da qualidade e segurança de produtos e serviços disponíveis, provocar mudanças dos padrões e níveis de consumo, colaborar para a melhoria de vida da coletividade.

O Código de Defesa do Consumidor, portanto, é uma legislação inovadora que, ao longo de seus vinte e seis anos de existência busca promover mudanças, conferindo direitos fundamentais aos consumidores diante de sua vulnerabilidade. Porém, esta legislação pode ser ainda mais revolucionária, na medida em que o direito à educação, previsto como parte da Política Nacional (art. 4º, IV da Lei 8078/1990) e também como direito básico do consumidor (art. 6º, III da Lei 8078/1990) seja efetivamente reconhecido e viabilizado como meio de

favorecer uma cultura de consumo articulada entre o atendimento das necessidades e a prudência com relação ao meio ambiente e sua sustentabilidade.

Sendo assim, a educação é importante pelo menos em dois aspectos: Como meio de incentivo à participação e favorecimento de um espaço público de debate e formulação de propostas mais próximas das realidades visando uma ação efetiva e reformadora de práticas desleais e prejudiciais de mercado e, por outro lado, para possibilitar diretamente as necessárias e urgentes mudanças comportamentais e hábitos de consumo, com vistas a escolhas mais responsáveis, sustentáveis.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo analisou o consumo como uma necessidade humana, elemento integrador das relações sociais que pode significar inclusão ou exclusão. Também fez uma abordagem do aspecto histórico-cultural do consumo, onde as necessidades, antes latentes, passam a ser geradas pela mídia como forma de reprodução da sociedade de consumo, sinalizada pela aquisição desenfreada de bens e serviços para dar conta da demanda de produção industrial.

Com base nisto, o artigo estudou a tutela jurídica do consumo, sendo no Brasil uma proteção fundamental determinada pela Constituição Federal de 1988, que reconhece a relação de consumo como desigual e desequilibrada e determina ao Estado a proteção do consumidor.

A partir daí, é instituída a Lei 8078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), como recurso para buscar o equilíbrio das relações de consumo e meio de proteção de um sujeito específico, o consumidor, considerado o mais fraco no vínculo econômico. Com esta legislação, o consumidor registra a conquista de direitos fundamentais específicos e todo um sistema de proteção e defesa de seus interesses.

Neste contexto, a Política Nacional das Relações de Consumo, prevista pelo CDC, obriga a uma mudança de comportamento no mercado, em atenção às necessidades do consumidor, sua dignidade e melhoria das condições de vida.

O trabalho identificou, portanto, o Código de Defesa do Consumidor como um possível instrumento de desenvolvimento social, na medida em que compromete o Estado e a sociedade civil em um amplo movimento de busca por mais igualdade e harmonia nas relações de consumo.

Porém, o estudo assinala que esta política está dependente de compromisso político governamental e de participação social ampla. Mesmo após vinte e seis anos de vigência, ainda falta implementar vários aspectos da legislação, com destaque para a questão da política pública

de defesa que está longe de ser viabilizada de acordo com os novos parâmetros de gestão assumidos constitucionalmente, que exigem a articulação entre governo e sociedade para o trato de questões coletivas de consumo.

O trabalho então considerou a educação – prevista como princípio básico da política nacional de defesa e direito fundamental do consumidor – como aspecto relevante para potencializar os objetivos da legislação e assim promover as mudanças necessárias às relações consumeristas.

Deste modo, o estudo não é conclusivo pela possibilidade de continuidade na análise de elementos importantes à discussão da politização do consumo, assim como a pesquisa sobre o Direito como alavanca ou obstáculo ao desenvolvimento e às transformações sociais.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida Para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constitui%C3%A7ao.htm. Acesso em: 26 abr. 2017.

CAMPBELL, Colin. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPBELL, Colin; BARBOSA, Livia. **Cultura, consumo e identidade**. São Paulo: FGV, 2006.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2014.

CDC - **Código de Defesa do Consumidor**. Lei 8.078/90. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm. Acesso em: 13 mai. 2017.

CORTEZ, Ana Tereza Caceres. **Da produção ao consumo: dinâmicas urbanas para um mercado mundial in Da produção ao consumo : impactos socioambientais no espaço urbano**. Organizadoras: Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza e Ana Tereza C. Cortez. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em <http://static.scielo.org/scielobooks/n9brm/pdf/ortigoza-9788579830075.pdf>. Acesso em 15/05/2017.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso Fundamental de Direito do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2014.

FURTADO, Celso. **Em busca de um novo modelo: Reflexões sobre a crise contemporânea.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

MARQUES, Claudia Lima; BENJAMIN, Antonio Herman; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor.** São Paulo: RT, 2013.

_____; MIRAGEM, Bruno. **O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor.** São Paulo: RT, 2016.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

NUNES, Rizzatto. **Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.** São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

ORTIGOZA, Silvia Aparecida Guarnieri. **Da produção ao consumo: dinâmicas urbanas para um mercado mundial** *in* **Da produção ao consumo : impactos socioambientais no espaço urbano.** Organizadoras: Silvia Aparecida Guarnieri Ortigoza e Ana Tereza C. Cortez. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009. Disponível em <http://static.scielo.org/scielobooks/n9brm/pdf/ortigoza-9788579830075.pdf>. Acesso em 15/05/2017.

SARLET, Ingo. **A eficácia dos direitos fundamentais: uma teoria geral dos direitos fundamentais na perspectiva constitucional.** 12 ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora, 2015.

SILVA, Jose Afonso. **Curso de direito constitucional positivo.** 32. ed. São Paulo: Malheiros, 2009.