

I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO

TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

T255

Tecnologias e as relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito – Belo Horizonte;

Coordenadores: Paulo Antônio Grahl Monteiro de Castro, Leonardo Bruno Marinho Vidigal e Naiara Carolina Fernandes de Mendonça– Belo Horizonte, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-667-3

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

Tema: O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI

1. Direito. 2. Tecnologia. 3. Relações de consumo. I. I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito (1:2018 : Belo Horizonte, BH).

CDU: 34



I CONGRESSO DE TECNOLOGIAS APLICADAS AO DIREITO

TECNOLOGIAS E AS RELAÇÕES DE CONSUMO

Apresentação

É com imensa satisfação que apresentamos os trabalhos científicos incluídos nesta publicação, que foram apresentados durante o I Congresso de Tecnologias Aplicadas ao Direito nos dias 14 e 15 de junho de 2018. As atividades ocorreram nas dependências da Escola Superior Dom Helder Câmara, em Belo Horizonte-MG, e tiveram inspiração no tema geral “O problema do acesso à justiça e a tecnologia no século XXI”.

O evento foi uma realização do Programa RECAJ-UFMG – Solução de Conflitos e Acesso à Justiça da Faculdade de Direito da UFMG em parceria com o Direito Integral da Escola Superior Dom Helder Câmara. Foram apoiadores: o Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Direito - CONPEDI, EMGE – Escola de Engenharia, a Escola Judicial do Tribunal Regional do Trabalho da 3ª Região, a Federação Nacional dos Pós-graduandos em Direito – FEPODI e o Projeto Startup Dom.

A apresentação dos trabalhos abriu caminho para uma importante discussão, em que os pesquisadores do Direito, oriundos de dez Estados diferentes da Federação, puderam interagir em torno de questões teóricas e práticas, levando-se em consideração a temática central do grupo. Foram debatidos os desafios que as linhas de pesquisa enfrentam no tocante ao estudo do Direito e sua relação com a tecnologia nas mais diversas searas jurídicas.

Na coletânea que agora vem a público, encontram-se os resultados de pesquisas desenvolvidas em diversos Programas de Pós-graduação em Direito, nos níveis de Mestrado e Doutorado, e, principalmente, pesquisas oriundas dos programas de iniciação científica, isto é, trabalhos realizados por graduandos em Direito e seus orientadores. Os trabalhos foram rigorosamente selecionados, por meio de dupla avaliação cega por pares no sistema eletrônico desenvolvido pelo CONPEDI. Desta forma, estão inseridos no universo das 350 (trezentas e cinquenta) pesquisas do evento ora publicadas, que guardam sintonia direta com este Grupo de Trabalho.

Agradecemos a todos os pesquisadores pela sua inestimável colaboração e desejamos uma ótima e proveitosa leitura!

O PORTAL RECLAME AQUI E AS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS A SERVIÇO DA AUTOCOMPOSIÇÃO NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

LE PORTAIL “RECLAME AQUI” ET LES OUTILS TECHNOLOGIQUES A SEVICE D’AUTOCOMPOSITION DANS LES RELATIONS DE CONSOMMATION

**Maria Rosária Silva Braga
Sônia Virgínia Ribeiro Cruz**

Resumo

O mundo é impensável sem tecnologia e consumo. A tecnologia está sendo usada na palma da mão ajudando a estimular, ainda mais, o consumo. O elevado número de contratos feitos diariamente traz muitos conflitos. No Brasil, o poder judiciário não consegue atender em tempo adequado todas as demandas. Novas alternativas são propostas. A autocomposição é, atualmente, amplamente estimulada. No Código de Ética e Disciplina da OAB está prevista a obrigação do advogado em estimular a mediação e a conciliação. Colocar a tecnologia a serviço dos conflitos oriundos das relações de consumo torna-se, a cada dia, mais necessária e real.

Palavras-chave: Tecnologia, Consumo, Conflito, Autocomposição, Pacificação

Abstract/Resumen/Résumé

Le monde est impensable sans technologie et consommation. La technologie est utilisée dans la paume de la main aidant à stimuler, encore plus, la consommation. Le nombre élevé de contrats quotidiens augmente les conflits. Au Brésil, le pouvoir judiciaire ne peut pas répondre, en temps opportun, à toutes les demandes. De nouvelles alternatives sont proposées. L'auto-composition est, maintenant, largement stimulée. Le Code de Éthique et de Discipline de l'OAB prévoit que l'avocat a l'obligation d'encourager la médiation et la conciliation. Mettre la technologie au service des conflits issus des relations avec le consommateur devient chaque jour plus nécessaire et réel.

Keywords/Palabras-claves/Mots-clés: Technologie, Consommation, Conflit, Auto-composition, Pacification

1. INTRODUÇÃO

Pessoas compram e vendem ou contratam e prestam serviços. Onde há relações interpessoais, sempre haverá possibilidades de conflitos, principalmente quando essas relações são em volume muito grande como as de consumo, o que leva a uma necessidade de intervenção por terceiros – seja do Estado ou não, para pacificar e reordenar a convivência.

Apesar do novo Código de Processo Civil estar mais simplificado e sua principiologia ser embasada nas garantias constitucionais, o judiciário ainda é lento, caro e inacessível para a maioria dos brasileiros. O que temos hoje, bastante acessível a um número imenso de pessoas, é a tecnologia. Falar sobre as formas de solução de conflitos nas relações de consumo e a tecnologia, é trazer para o discurso uma atualidade gritante, necessária e irreversível.

As redes sociais funcionam como um multiplicador de opiniões, onde as reclamações são preventivos para futuros adquirentes e os elogios, estímulo ao consumo naqueles moldes. Contudo nas redes, normalmente, não se solucionam conflitos. Diante da necessidade de diálogo direto com quem lesou o consumidor, sites especializados em relações de consumo foram criados.

O trabalho visa avaliar o funcionamento dessas ferramentas; sua aceitação por parte do público consumidor e fornecedor; apreciar sua validade como forma alternativa de solução de conflitos na visão das partes e do judiciário; e o resultado efetivo desta interferência são algumas questões a serem levantadas e discutidas a partir da doutrina disponível e dados fornecidos pelos desenvolvedores desse tipo de site.

2. AS RELAÇÕES DE CONSUMO

As relações de consumo se dão a partir de um contrato onde a vontade das partes se faz presente. De um lado aquele que quer vender seu produto e do outro, aquele que precisa ou, simplesmente, deseja adquiri-lo. Essa relação é assim desde os primórdios. Antes com o escambo, hoje mais intensamente com o comércio, onde o dinheiro torna-se a principal moeda para a transação.

Com a evolução dos tempos as negociações foram se multiplicando e, conseqüentemente, surgindo mais problemas e desavenças nessas relações, ocasionando uma desarmonia social. Equacionar tais conflitos tornou-se um desafio. De acordo com Gonçalves (2012, p.1356), “Com a evolução das relações sociais e o surgimento do consumo em massa

[...] nossa legislação privada já não bastava para reger as relações humanas sob determinados aspectos. E, nesse contexto, surgiu o Código de Defesa do Consumidor”.

Este dirigismo contratual serviu para empoderar a parte mais vulnerável da relação comercial e promover a ordem pública. Assim, a partir de setembro de 1990, com a publicação do CDC, as relações de consumo ficaram mais isonômicas (ou menos abusivas) e o Estado brasileiro assume seu compromisso constitucional e sua responsabilidade de pacificação social conforme descrito na Lei n.8078 de 11 de setembro de 1990, em seu Art. 1º “ O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias”.

No entanto, a justiça brasileira tem seus entraves, como morosidade e onerosidade, o que faz com que muitos cidadãos abram mão de seus direitos e deixem de pleitear aquilo que lhes é cabido. Tartuce e Neves (2017, p.587) alertam: “o Estado não tem, por meio da jurisdição, o monopólio da solução dos conflitos, sendo admitidas pelo Direito, outras maneiras pelas quais as partes possam buscar uma solução do conflito em que estão envolvidas”.

Conciliação, mediação e arbitragem ganharam maior importância e são incentivadas como uma forma de dar maior agilidade na resposta buscada pelas partes conflitantes de um litígio. Basta uma das partes se mostrar disposta à autocomposição que a audiência acontecerá. Mas ainda assim, por vias tradicionais, o processo pode ser lento, oneroso e desestimulante.

3. TECNOLOGIAS

A boa nova vem de outro segmento que, aos poucos, torna-se essencial para a vida dos cidadãos: a tecnologia. Não se trata apenas dos computadores, aparelhos de celular e afins, mas também dos programas, aplicativos e formas de interação e comunicação. O que surgiu para estreitar relações pessoais, tornou-se também, uma excelente ferramenta para os consumidores insatisfeitos: são as redes sociais.

A antiga propaganda boca-a-boca, onde um falava para o outro sobre suas experiências comerciais, agora tem nova versão. Através das redes as pessoas escrevem, falam e até filmam suas experiências e, com esta nova roupagem, o boca-a-boca atinge milhões de outros consumidores num único instante. É muito rápido e de longo alcance. Esta

cadeia pode destruir a reputação de uma empresa inescrupulosa ou ajudar a construir uma imagem positiva e elevar a condição da empresa.

Além das redes sociais, há também sites especializados em problemas dessa natureza, que proporcionam uma autocomposição, numa espécie de conciliação virtual “[...] um excelente meio de pacificação social, porque inexistente no caso concreto uma decisão impositiva, como ocorre na jurisdição, valorizando-se a autonomia da vontade das partes na solução dos conflitos” (TARTUCE E; NEVES, 2017, p.589).

É o caso do Reclame Aqui, uma plataforma acessada pelo site ou por aplicativo, onde consumidores e empresas se cadastram de forma verossímil para sanar insatisfações em suas relações consumeristas. Os reclamantes que querem utilizar deste serviço cadastram seus dados pessoais, como CPF e endereço, a fim de impedir o anonimato das manifestações que registrarão em seu banco de dados. Em contrapartida, as empresas também se cadastram para responderem aos seus clientes, justificando, reparando e, às vezes, até indenizando alguma falha.

Ainda que o fornecedor tenha um poder econômico maior, a sua imagem tem um valor enorme. O risco de dano à imagem é algo que todas as empresas tentam mitigar, por isso o consumidor ao reclamar nesse tipo de serviço aumenta seu poder. É um exemplo do que Tartuce e Neves (2017, p. 603) escrevem sobre a autocomposição (mediação) “[...] as partes, mesmo que não tenham a isonomia material, no procedimento de mediação, devem ser tratadas igualmente, tendo as mesmas oportunidades de manifestação e com participação equânime durante o procedimento”.

Segundo consta na página do site Reclame Aqui, a cada dia, mais de seiscentas mil pessoas pesquisam sobre a reputação das empresas onde pretendem comprar ou contratar serviços. É uma maneira de se resguardar de maus negócios. A procura por esse tipo de serviço é muito expressiva, como mostram os dados citados pela própria empresa em seu site: quinze milhões de consumidores cadastrados; cento e vinte mil empresas cadastradas; 42 milhões de visualizações por mês; tempo médio de visita de onze minutos e, além disso, o serviço é gratuito.

Os fornecedores são ranqueados pelos melhores índices de solução de problemas, daqueles que voltariam a fazer negócios e as melhores médias de notas. Há, portanto, um interesse real das partes para solucionar o conflito e o meio para esta solução é o próprio site. Ao consultar as respostas dos fornecedores pode-se verificar uma grande frequência de troca do produto, justificativa bem fundamentada e muitos pedidos de desculpas, o que parece

agradar aos reclamantes quando se avalia os índices de quem voltaria a fazer negócios com a empresa que a princípio lhe causou transtornos.

O site funciona como uma vitrine e, à medida que ganha visibilidade e popularidade, faz com que mais acordos sejam celebrados e relações harmonizadas. Esta alternativa ajuda a desjudicializar muitas causas, visto que as dificuldades encontradas nas vias jurídicas levam à desistência de busca pela correção da lesividade ocorrida no (des)cumprimento de um contrato.

O acesso direto empresa-fornecedor é um processo bem mais célere e barato, o que colabora para harmonização das partes e ainda para desafogar o sistema judiciário brasileiro. Tal experiência parece válida. Tartuce e Neves escrevem:

Admitido também que a pacificação social (solução da lide sociológica) pode ser mais facilmente obtida por uma solução do conflito derivada da vontade das partes do que pela imposição de uma decisão judicial (ou arbitral). Admitido até que, quanto mais conflitos forem resolvidos fora da jurisdição, menos processos haverá, e por consequência, o Poder Judiciário poderá funcionar de maneira mais célere e adequada às aspirações do acesso à ordem jurídica justa. (TARTUCE;AMORIM, 2017, p. 587)

Para Carneiro (2016, p. 83), “Parece bastante óbvio que a solução consensual dos litígios é, de longe, a melhor forma de pacificação social, ao tempo em que assegura uma rápida solução do conflito, com menor custo e satisfação para ambas as partes”.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tecnologia bem utilizada traz benefícios em todos os segmentos onde atua. Não seria diferente no Direito e nas relações de consumo. É indiscutível o quanto os recursos tecnológicos são mais rápidos e, quando programados corretamente, são também mais precisos. Desjudicializar processos, procurar agilidade, economia, entendimento, harmonia e pacificação social é dever de todos os membros que compõem a cadeia do Direito.

O Reclame Aqui não é um órgão oficial, nem mesmo uma câmara privada de mediação ou conciliação de conflitos, ou ainda uma forma de arbitragem, mas efetivamente funciona bem, trazendo entendimento e harmonia nas relações de consumo ou, quando isso não é possível, conscientiza as partes da necessidade da via judicial, o que também, de certa forma, auxilia na agilidade do processo.

Demandaria um aprofundamento no estudo para saber se o investimento no uso desse tipo de tecnologia em um site oficial, com interferência do Estado e poder de sentenciar uma decisão, seria viável. Questões sobre o retorno a longo prazo, sobre como essa inovação

traria benefícios à máquina pública e seus reflexos no judiciário brasileiro têm de ser avaliadas. Assim como a questão da gratuidade, do empoderamento do consumidor, da agilidade, imparcialidade e acessibilidade não podem ser esquecidas para uma decisão estatal bem sucedida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL. Lei N.8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078htm>. Acesso em: 19 abr. 2018.

_____. Lei N.8.906, de 04 de julho de 1994. Estatuto da Advocacia e da OAB. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8906.htm>. Acesso em 19 abr. 2018.

CARNEIRO, Paulo Cezar Pinheiro. Introdução. *In*: WANMBIER, Teresa Arruda Alvim *et al* (Coord.) **Breves Comentários ao Novo Código de Processo Civil**. 3. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2015. p. 65-66.

GONÇALVES, Carlos Roberto. **Direito civil esquematizado** – V. 1. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2012. p. 83.

ORDEM DOS ADVOGADOS DO BRASIL – OAB. **Código de Ética e Disciplina da OAB**. Brasil: OAB, 2015. Disponível em:<<http://www.oab.org.br/visualizador/19/codigo-de-etica-e-disciplina>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

RECLAME AQUI. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br>>. Acesso em: 20 abr. 2018.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor – Direito Material e Processual** – Vol. Único. 6. ed. São Paulo: Método, 2017. P. 587 – 603.