# XXVIII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI GOIÂNIA – GO

## DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

**DIÓGENES FARIA DE CARVALHO**

**MARIANA RIBEIRO SANTIAGO**

**ROBERTO SENISE LISBOA**

Copyright © 2019 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

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. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina
**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás
**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais
**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe
**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará
**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul
**Secretário Executivo** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini - Unimar/Uninove – São Paulo

**Representante Discente – FEPODI**
Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

**Conselho Fiscal:**
Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro Prof. Dr.
Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina
Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo
Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)
Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

**Secretarias:**
**Relações Institucionais**
Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - IMED – Santa Catarina
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará
Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM– Distrito Federal
**Relações Internacionais para o Continente Americano**
Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goías
Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia
Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão
**Relações Internacionais para os demais Continentes**
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná
Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo
Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

**Eventos:**
Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul) Prof. Dr.
José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)
Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

**Comunicação:**
Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul Prof. Dr. Caio
Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais

**Membro Nato** – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/ UFG / PPGDP

Coordenadores: Diógenes Faria de Carvalho

Mariana Ribeiro Santiago

Roberto Senise Lisboa – Florianópolis: CONPEDI, 2019.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-85-5505-802-8

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

Tema: Constitucionalismo Crítico, Políticas Públicas e Desenvolvimento Inclusivo

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. XXVIII Encontro Nacional do CONPEDI (28 : 2019 : Goiânia, Brasil).

CDU: 34

Conselho Nacional de Pesquisa
Univeridade Ferderal de Goiás e Programa
ePós-Graduação em Direito Florianópolis

Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br

de Pós Graduação em Direito e Políticas Públicas
Goiânia - Goiás
https://www.ufg.br/

# XXVIII ENCONTRO NACIONAL DO CONPEDI GOIÂNIA – GO

## DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

---

## Apresentação

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo”, durante o XXVIII Encontro Nacional do CONPEDI, ocorrido entre 19 e 21 de junho de 2019, em Goiânia/GO, sobre o tema “Constitucionalismo critico, políticas públicas e desenvolvimento inclusivo”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa em direito no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo, no contexto da globalização, à luz da igualdade, da justiça, da liberdade, da sustentabilidade e da solidariedade social, paradigmas da Constituição Federal.

De fato, não se pode olvidar que a as questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para o direito das relações de consumo, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto em segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados nesta obra mergulham nos ideais de consumo sustentável, como segurança alimentar e combate ao superendividamento, na análise das práticas abusivas observadas em determinados seguimentos do mercado, na proteção dos dados pessoais do consumidor, no impacto da publicidade sobre o consumo, nos aspectos da responsabilidade civil etc.

Em sua abordagem, nota-se que os autores utilizaram referenciais teóricos refinados sobre biopolítica, sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade em rede, globalização, análise econômica do direito, dialogo das fontes etc., o que realça o aspecto acadêmico do evento.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, sua importância para a defesa de uma sociedade equilibrada e das gerações futuras, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica.

Boa leitura!

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago - UNIMAR

Prof. Dr. Diógenes Faria de Carvalho - UFG

Prof. Dr. Roberto Senise Lisboa - FMU

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 8.1 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - publicacao@conpedi.org.br.

# A CONTRIBUIÇÃO DA LEI Nº 13.019/2014 PARA A ATUAÇÃO SOCIAL NO SISTEMA NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

# THE CONTRIBUTION OF LAW Nº. 13.019/2014 TO SOCIAL ACTION IN THE NATIONAL CONSUMER PROTECTION SYSTEM

**Sérgio Augusto Pereira Lorentino** [1]
**Vinicius Pinheiro Marques** [2]

**Resumo**

A proteção dos interesses do consumidor é tarefa do Estado, nos termos da Constituição Federal. Porém, é também dever do Estado fomentar as organizações da sociedade civil de modo que elas possam ganhar autonomia e desfrutar de meios para a realização de suas finalidades. Assim sendo, o artigo visa estudar a questão da tutela do consumidor e, especialmente, as contribuições que a Lei nº 13.019/2014 pode dar nesse sentido.

**Palavras-chave:** Organizações, Sociedade, Consumidores, Lei nº 13.019/2014

**Abstract/Resumen/Résumé**

The protection of consumer interests is the task of the State, under the terms of the Federal Constitution. However, it is also the duty of the State to promote civil society organizations so that they can gain autonomy and enjoy the means to achieve their goals. Thus, the article aims to study the issue of consumer protection, and especially the contributions that Law 1319/1914 can give in this sense.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Organizations, Society, Consumers, Law nº 13.019 /2014

[1] Doutor em Direito Privado pela PUC/MINAS. Professor de Direito do Consumidor da UFT. Advogado.

[2] Doutor em Direito Privado pela PUC/MINAS. Professor de Direito Processual Civil da UFT. Advogado.

# 1 INTRODUÇÃO

A proteção do consumidor a cargo do Estado tem sido a tônica da Ordem Jurídica Brasileira, com bastante foco na atuação da jurisdição e na atuação do Poder Executivo, através de seus órgãos de fiscalização (PROCONs, Agências Reguladoras etc.) e, mais recentemente[1], da Defensoria Pública, por meio da promoção de ações judiciais, individuais e coletivas.

Se é certo que o Estado tem o dever de proteger o consumidor através de suas estruturas clássicas divididas entre os três Poderes, de outro lado não é incorreto dizer que o Estado tem, também, o dever de proporcionar ao consumidor meios que lhe possibilitem conquistar autonomia, especialmente por meio da participação democrática em tudo aquilo que diga respeito ao plexo de fatores que impactam-lhes os direitos e interesses.

Logo, proteger o consumidor não significa apenas o ato que consiste na intercessão direta do Estado em sua salvaguarda, mas, também, naquele que oferta ao consumidor a possibilidade de sua autodefesa, seja enquanto indivíduo atuante nas relações privadas ou na condição de membro de uma coletividade de consumidores.

Dentro de tal contexto, a Lei nº 8.078/90 instituiu o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, fazendo nele incluir, além dos organismos públicos, as *entidades privadas de defesa do consumidor*.

Porém, tal previsão normativa isoladamente considerada não é o suficiente para que seja estruturada uma participação social dentro do SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, de modo substancial, especialmentese considerada a historicidade do Estado brasileiro, que carrega consigo uma tradição liberal, conducente a uma estrutura que prega o individualismo e a defesa de direitos na esfera privada.

Certamente, voltado para a modificação desta cultura, o Código consumerista fez prever, em prol do SNDC, que a União deverá *incentivar, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população.*

Mesmo assim, não se viu a partir da década de nascimento do Código do Consumidor, uma participação social efetiva em matéria de consumo, fenômeno caracterizador da *hipossuficiência organizacional* do consumidor, em comparação com a organização profissional dos fornecedores, estes últimos organizados por meios de

[1] Especialmente após as Emendas Constitucionais nº 45, 74 e 80.

sindicatos, associações, conforme presença dentro das estruturas do Estado, especialmente junto ao Poder Legislativo.

Trata-se de um problema que não envolve apenas a questão dos direitos do consumidor, mas, também, suscita um déficit de cidadania que precisa ser debelado.

Pois bem, a considerar a proposta de participação social *dentro* do SNDC, verifica-se, a priori, uma sinergia entre o *telos* normativo que lhe dá abrigo dentro do Código do Consumidor e aquele condito na Lei n.13.019/2014, que trata da instituição de *normas gerais para as parcerias entre a administração pública e organizações da sociedade civil*.

Assim sendo, o presente estudo fará uma abordagem destinada a revelar um diálogo entre a proposta sociabilizadora do SNDC e os mecanismos da Lei nº 13.019/2014, de modo a demonstrar  a possibilidade de contribuição da segunda em relação à primeira.

## 2 OS *TELOS* CONSTITUCIONAL E SOCIAL DA QUESTÃO JURÍDICA EM MATÉRIA DE CONSUMO

Na dogmática jurídica não há mais espaço para divisão clássica entre os ramos do Direito Público e Privado. Efetivamente, a força do texto constitucional traça diretrizes que permeiam os dois universos, de modo que não é possível estabelecer critérios de exclusão entre o público e o privado com total limpidez.

Tem-se construído um modelo de Direito com aptidões maiores e capazes de assimilação das vicissitudes do contexto social onde atua, integrando valores e princípios, assentando-se em uma base constitucional dotada de força normativa. Eis o *pós-positivismo* ou, como mencionado por Eduardo Cambi, *neopositivismo*, que, dentre outras coisas,

> [...] busca a legitimação do exercício do poder, pois aposta no caráter crítico e transformador da realidade. Compreende que o direito é capaz de interferir na sociedade para possibilitar que a soberania popular integra o processo racional de conformação jurídica, a fim de promover as conquistas éticas, políticas e sociais que integram o patrimônio da humanidade. (CAMBI, 2011, p.145)

Nesse sentido, extrai-se do mandamento constitucional a necessidade de sociabilização das relações privadas, alcançando, por exemplo, os campos da propriedade, dos contratos e, também, o *dever de proteção* do Estado em benefício dos mais frágeis (trabalhadores, consumidores, mulheres, portadores de necessidades especiais, idosos, criança e adolescente, indígenas etc.).

Com bem aponta a doutrina jurídica de base,

> O anseio crescente por uma justiça social eficaz, aliado aos influxos político-ideológicos, levam o Estado moderno a comandar as formas de relacionamento dos indivíduos. Esse comportamento estatal, típico de nossa época, repercute diretamente no Direito, que é o seu instrumento de penetração e influência na vida privada. A fim de ampliar a proteção ao homem, o Estado vem interferindo nas relações anteriormente entregues ao livre jogo das forças sociais. (NADER, 2014, p. 48)

Especialmente a partir da Constituição de 1988, observou-se surgiu um movimento que redundou na criação/ascensão de diversos microssistemas jurídicos, dentre eles, o de Defesa do Consumidor, com expressa atribuição ao Estado para a proteção dos consumidores. Logo, embora as relações de consumo sejam, em sua maior parte, integradas por sujeitos de direito privado, o fato é que isso não caracteriza como de direito privado a regulação desta mesma relação. Pelo contrário! As normas previstas no Código de Defesa do Consumidor, são de ordem pública e de *interesse social*.

Nesse sentido,  a proposta de Rizzatto Nunes, consistente em alocar o Direito do Consumidor em um terceiro gênero ao qual nominou de Direitos Difusos e Coletivos, parece bem apropriado, porquanto fundado na ideia de sociabilidade das relações de consumo. Para o citado autor,

> [...] desde que se começou a tomar consciência dos novos direitos sociais que se firmaram com o desenvolvimento da sociedade de massa (especialmente o Direito do Consumidor e o Direito Ambiental), surgiu um conceito diferente que acabou possibilitando e a elaboração de nova classificação, agora capaz de dar conta dos problemas que os limites entre Direito Privado e Público punham. Com efeito, os chamados direitos difusos e coletivos vieram resolver a pendenga que existia. (NUNES, 2016, p.173).

Assim sendo, está bastante claro que o espaço fundamental para a discussão do Direito do Consumidor é aquele que reconhece e compreende sua vertente social, tal como será especificado nos itens seguintes.

## 1.1 Direitos sociais e econômicos na Constituição Federal de 1988

Sem olvidar os diversos tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário e que tratam dos Direitos Sociais e Econômicos, a exemplo do Pacto Internacional sobre os Direitos Econômicos, Sociais e Culturais[2] (1966) e do Pacto de San José da Costa Rica[3] (1969), a Constituição Federal de 1988, não deixou de cuidar dos chamados *Direitos Sociais e Econômicos*, onde se situam os direitos do consumidor.

De início, deve ser observado que a Constituição Federal apresenta-se como um texto com força normativa e, não apenas, como emblema ou discurso político. Konrad Hesse, a propósito, sustenta que,

> A Constituição jurídica logra, conferir forma e modificação à realidade. Ela logra despertar "a força que reside na natureza das coisas", tornando-a ativa. Ela própria converte-se em força ativa que influi e determina a realidade política e social. Essa força impõe-se de forma tanto mais efetiva quanto mais ampla for a convicção sobre a inviolabilidade da Constituição, quanto mais forte mostrar-se essa convicção entre os principais responsáveis pela vida constitucional. Portanto, a intensidade da força normativa da Constituição apresenta-se, em primeiro plano, com uma questão de vontade normativa, de vontade de Constituição (*Wille zur Verfassung*) (HESSE, 1991, p.24).

Sob tal perspectiva, tem-se que os Direitos Sociais e Econômicos prosperam na Constituição Federal, algumas vezes como dever do Estado (Art. 5º, inciso XXXII...), outras como direito individual (Art. 5º, XXII...) , ainda, como direito social e, por fim e mais importante, como contrapeso do princípio da livre iniciativa (Art. 170, inciso V) (BRASIL, 1988).

Importa notar que a sociabilidade é uma espécie de elemento de contenção do ímpeto capitalista, o qual, a pretexto de uma *liberdade* de mercado que pudesse dotar cada indivíduo de chances iguais de atuar no mercado, desconsiderou que entre eles, os indivíduos, a igualdade é apenas uma ficção, sendo certo que diversos fatores históricos, culturais, intelectuais, raciais, de gênero, dentre outros, terminam por favorecer alguns – bem poucos – em detrimento da grande massa.

---

[2] [...] em conformidade com a Declaração Universal dos Direitos do Homem, o ideal do ser humano livre, liberto do medo e da miséria, não pode ser realizado a menos que sejam criadas condições que permitam a cada um desfrutar dos seus direitos econômicos, sociais e culturais, bem como dos seus direitos civis e políticos (Preâmbulo).

[3] Reiterando que, de acordo com a Declaração Universal dos Direitos Humanos, só pode ser realizado o ideal do ser humano livre, isento do temor e da miséria, se forem criadas condições que permitam a cada pessoa gozar dos seus direitos econômicos, sociais e culturais, bem como dos seus direitos civis e políticos (Preâmbulo).

A propósito, vale trazer à colação o pensamento de José Afonso da Silva:

> Algumas providências constitucionais formam agora um conjunto de direitos sociais com mecanismos de concreção que devidamente utilizados podem tornar menos abstrata a promessa de justiça social. Esta é realmente uma determinante essencial que impõe e obriga que todas as demais regras da constituição econômica sejam entendidas e operadas em função dela. Um regime de justiça social será aquele em que cada um deve poder dispor dos meios materiais para viver confortavelmente segundo as exigências de sua natureza física, espiritual e política. Não aceita as profundas desigualdades, a pobreza absoluta e a miséria. O reconhecimento dos direitos sociais, como instrumentos da tutela dos menos favorecidos, não teve, até aqui, a eficácia necessária para reequilibrar a posição de inferioridade que lhes impede o efeito exercício das liberdades garantidas. Assim, no sistema anterior, a promessa constitucional e realização da justiça social não se efetivara na prática.A constituição de 1988 é ainda mais incisiva no conceber a ordem econômica sujeita aos ditames da justiça social para o fim de assegurar a todos existência digna (SILVA, 2005, p. 789-790).

Está afirmado, portanto, na Constituição Federal, o caráter social das questões afetas ao Direito do Consumidor, de modo que, sob a perspectiva desse referido *status*, é possível dizer que toda a normatividade encontrada na legislação ordinária que sucede a Constituição, carrega consigo a tônica social, especialmente o Código de Defesa do Consumidor, que vem a ser a mais direta fonte normativa de influência[4] constitucional, por força expressa do artigo 48, das Disposições Finais da Constituição.

### 1.2 Direitos sociais e econômicos no Código de Defesa do Consumidor

Logo no art. 1º, Código de Defesa do Consumidor, "[...] estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5°, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias. (BRASIL, 1990).

Destarte, como bem observa José Geraldo Brito Filomeno, quanto ao tema do interesse social, o Código,

[4] Por oportuno, colhe-se esta passagem para expressar uma merecida homenagem à Professora Ada Pellegrini Grinover, por sua luta em prol da questão consumerista, tão bem tratada em diversas obras que escreveu, especialmente, a mais popular de todas elas: GRINOVER, Ada Pellegrini. [et al.]. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. v. I. 10. ed. revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011. Na obra, a autora formula uma referência (p. 6) à "base constitucional do Código" de Defesa do Consumidor. Sem embargo de ouras obras, seu último grande contributo à defesa do consumidor materializou-se em parecer que fundamentou o julgamento da ADI 3943, no Supremo Tribunal Federal. A Professora Ada, faleceu em 13 de julho de 2017, aos 85 anos.

> visa resgatar a imensa coletividade de consumidores da marginalização não apenas em face do poder econômico, como também, dotá-la de instrumentos adequados para o acesso à justiça do ponto de vista individual e, sobretudo, coletivo (FILOMENO, 2011, p. 20-21).

Tem-se que a tônica social é, antes de qualquer outra coisa, uma evidente declaração de ruptura com o Direito Privado clássico, fundado no individualismo e no voluntarismo das partes; modelo este que sempre favoreceu e favorece os mais fortes. Por esta mesma razão é que Ricardo Luiz Lorenzetti, afirma que

> La sociedad, representada por el Estado y otras entidades soberanas, se atribuye el control de una parte essencial del Derecho contractual. La sociedad le interesa que haya buenos contratantes, que obren bien, socialmente, y ello configura un nuevo espíritu contratual que puede denominarse "principio e socialidad" (LORENZETTI, 2009, p. 30-31).

Pois bem, dentro de tal premissa de sociabilidade, o Código do Consumidor "protegerá determinados interesses sociais e servirá como instrumento limitador do poder da vontade" (MARQUES,2011, p.2.013).

É possível dizer que, cumprindo o mandamento constitucional, o Código de Defesa do Consumidor projeta de maneira expressa o ideal social, na medida em que atua como força modeladora ou remodeladora das relações privadas, mas, também, quando *conclama a sociedade a uma participação efetiva* nas questões consumeristas.

Em outras palavras, o Código atua normativamente na seara do direito material, estabelecendo padrões de conduta dentro das relações de consumo e abre espaço para a defesa dos direitos estabelecidos, tanto pela via de uma tutela de natureza heterônoma, como é a jurisdicional, quanto por uma que permite que a sociedade atue diretamente na defesa de seus interesses; questão que se multiplica com riqueza no Código de Defesa:

> 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:
> [...]
> II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:
> [...]
> b) por incentivos à criação e ao desenvolvimento de associações representativas;
> Art. 5° Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:
> [...]

> V - concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.
> Art. 106. O Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ou órgão federal que venha substituí-lo, é organismo de coordenação da política do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, cabendo-lhe:
> [...]
> IX - incentivar, inclusive com recursos financeiros e outros programas especiais, a formação de entidades de defesa do consumidor pela população e pelos órgãos públicos estaduais e municipais;
> Art. 107. As entidades civis de consumidores e as associações de fornecedores ou sindicatos de categoria econômica podem regular, por convenção escrita, relações de consumo que tenham por objeto estabelecer condições relativas ao preço, à qualidade, à quantidade, à garantia e características de produtos e serviços, bem como à reclamação e composição do conflito de consumo (BRASIL, 1990).

O Código de Defesa do Consumidor, portanto, não se restringe à normatização das relações propriamente ditas (produtos, serviços, responsabilidades, etc.), mas, também, estabelece a participação da sociedade na defesa de seus interesses de modo independente, mas, também, ao lado do próprio Estado. A partir da menção constitucional de que o Estado deverá proteger o consumidor, a Lei 8.078/90 criou, em primeiro plano, uma *Política Nacional* voltada para as relações de consumo (arts. 4º e 5º), e, nesta direção, instituiu um sistema integrativo, de âmbito nacional, de defesa do consumidor, o SNDC.

Assim, fez prever no art. 105, segundo o qual "Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais e as **entidades privadas de defesa do consumidor**" (BRASIL, 1990, grifo nosso). A menção constante na parte final do art. 105 é extremamente oportuna, na medida em que um sistema público de ações, de caráter social, não poderia funcionar democraticamente e, até mesmo, eficientemente, sem a *participação direta* da sociedade.

Nos dizeres de Daniel Fink,

> A eficácia do Sistema, sua coerência e harmonia, são responsabilidade de todos aqueles que o integram, nominalmente descritos pela norma. O sentido preconizado pelo legislador, acertadamente, afastou-se do habitual "assistencialismo estatal" em favor daquele que provoca e incita o verdadeiro exercício da cidadania, o amadurecimento das instituições da própria sociedade (FINK, 2011, p.802).

Conseguintemente, o art. 105, do Código de Defesa do Consumidor foi regulamento pelo Decreto n. 2.181/97, que, no tocante às entidades privadas da

sociedade civil, definiu suas possibilidades da seguinte forma:

> Art. 8º As entidades civis de proteção e defesa do consumidor, legalmente constituídas, poderão:
> I - encaminhar denúncias aos órgãos públicos de proteção e defesa do consumidor, para as providências legais cabíveis;
> Il - representar o consumidor em juízo, observado o disposto no inciso IV do art. 82 da Lei n. 8.078, de 1990;
> III - exercer outras atividades correlatas (BRASIL, 1997).

Sem olvidar as possibilidades previstas nos incisos I e II, convém observar que o inciso III, estabelece a abertura de diversas frentes de atuação, especialmente as ações descritas no art. 4º, do Código de Defesa do Consumidor, de modo a se concluir que tudo aquilo que está abrigado pela missão da Política Nacional de Relações de Consumo é, também, uma missão que pode ser desenvolvida pelas entidades privadas da sociedade com ou sem colaboração com os organismos do Estado.

Pensar em tamanha gama de possibilidades traz à tona o sentimento de que o único entrave para a consecução de tais possibilidades esteja mesmo na dispersão do consumidor, que impede o germinar de entidades representativas para atuação dentro do SNDC.

Por tal razão, não basta ao Estado apenas suscitar a participação social, abrindo, para isso, a possibilidade legal de sua atuação dentro do Sistema de proteção do consumidor. É preciso, depois de aberta a possibilidade de atuação, colaborar para que ela ocorra em um primeiro momento sob os auspícios do Estado e, em um segundo momento, sob os auspícios de forças próprias.

## 2 O ESTADO E DEVER DE FOMENTO À DEFESA DO CONSUMIDOR

Sabino Cassese, afirma que “Estado e mercado, público e privado, que antes eram considerados mundos separados e em oposição, apresentam-se como entidades que se interpenetram” (CASSESE, 2010, p. 145).

É verdadeiro o fato de que na contemporaneidade capitalista, diversos segmentos do Estado são afetados positiva ou negativamente pelas forças advindas do poder econômico. Muito do que se discute na cena política do Estado leva em conta aspectos da economia, do crescimento da produção e do consumo.

Vê-se que o problema do consumo está diretamente ligado ao problema do emprego. Ou seja, se há trabalho, há consumo. Se há consumo, há trabalho. Se há consumo e trabalho, há também arrecadação de impostos vitais à sobrevivência do Estado. E no comando deste interminável ciclo está o poder econômico.Não é tão difícil, portanto, pensar que, dentro de tal sistema de dependência, o Estado experimente severas pressões do setor econômico em prol da mitigação de sua interferência em prol dos consumidores.

Como exemplo, pode ser citado o sem-fim de vetos constantes no Código de Defesa do Consumidor, comandados pelos fornecedores, o que restou muito bem relatado pela Professora Ada Pellegrini e por Antônio Herman e Benjamin, aos quais nos anos noventa, ao lado de outros, coube a incumbência de atuar na Comissão de elaborado do anteprojeto do Código:

> O Projeto do Congresso Nacional sofreu nada menos que 42 vetos. Alguns foram o resultado de *lobbies* que não haviam conseguido sensibilizar a Comissão Mista e que, vencidos nas audiências públicas, voltaram à carga na instância governamental. Outros parecem trair a pouca familiaridade dos assessores com as técnicas de proteção ao consumidor. Outros, ainda, recaíram em pontos verdadeiramente polêmicos, sendo até certo ponto justificáveis (GRINOVER; BENJAMIN, 2011, p. 2).

Porém, não pode ser esquecido que a maior e mais significativa força de um Estado é a sua Constituição e esta, no caso do Brasil, adotou expressamente um modelo de proteção ao consumidor que irradiou-se através do Ordenamento Jurídico, especialmente, por conta do Código de Defesa do Consumidor e de outras leis que ao longo dos anos foram surgindo ou foram remodelas — a exemplo do Código Civil de 2002 —nos moldes dos institutos jurídicos consumeristas.

Certamente, o Brasil adotou um modelo de proteção estatal do consumidor. Por certo, “nenhum pais do mundo protege seus consumidores apenas com um modelo privado. Todos de uma forma ou de outra, possuem leis que, em menor ou maior grau, traduzem-se em um regramento pelo Estado[...]” (GRINOVER; BENJAMIN, 2011, p.3).

Portanto, é possível dizer que o Estado brasileiro adotou um modelo de proteção do consumidor de caráter “sistemático”, como indicam os referidos autores, que decorre de um compromisso internacional assumido pelo Brasil, perpassando pela Constituição Federal, até irradiar-se pelo Ordenamento Jurídico, como um todo. Enfim, nesse modelo protetivo, como será visto, encontra-se, também, o necessário auxílio à organizações sociais consumeristas.

## 2.1 Direito fundamental à proteção do consumidor

Para melhor aclarar o tema da defesa do consumidor por parte do Estado é preciso que se identifique a que título se presta ou se dá esta mesma defesa. Pela índole humanista e pela previsão Constitucional que ornamentam o assunto, tem-se que a defesa do consumidor é um *Direito Fundamental.*

Defende-se aqui, que os Direitos Fundamentais são possíveis de serem invocados tanto em relação ao Estado quanto em relação aos particulares, no caso, os fornecedores. Diz Bruno Miragem, com base no pensamento de Robert Alexy, que se trata de "[...] direitos de proteção, pelos quais o titular do direito exerce perante o Estado para que este o proteja da intervenção de terceiros" (MIRAGEM, 2011, p. 32)

No mesmo sentido, posiciona-se Marcelo Schenk Duque, afirmando que,

> [...] ao se falar de consumidores, está-se a falar de pessoas; ao se falar-se de consumo, está-se a falar de subsistência. A garantia de um mínimo existencial passa, portanto, por relações de consumo, de modo que sem consumo mínimo, não há falar em dignidade. Essa é a razão pela qual a proteção do consumidor revela-se como verdadeiro direito fundamental [...] (DUQUE, 2013, p. 407).

Registre-se que a proteção ao consumidor, alçada a uma categoria tão séria quanto a de um Direito Fundamental, não revela mera preferência político-legislativa, mas sim uma necessidade da qual não se pode desviar quando o assunto é a promoção da justiça econômica e social, que vem a ser justamente a missão do Direito do Consumidor, enquanto contrapeso da Livre Iniciativa.

Logo, a proteção tem por fim promover dentro do jogo de forças desiguais entre consumidores e fornecedores, uma igualdade forjada pela proteção, ou seja, pela maior aproximação do Estado em relação ao sujeito que é mais frágil em diversos aspectos na sua relação com o fornecedor.

Nesse sentido, estabelecendo-se um recorte necessário, será abordada, dentre tantas fragilidades (técnica, econômica, jurídica, psicológica, etc.) aquela que diz respeito ao consumidor, enquanto parte de uma coletividade de pessoas que atua *amadora* e *desorganizadamente,* em contraposição aos fornecedores que atuam profissionalmente nas relações de consumo.

Nos dizeres de Marcelo Duque, "[...] a vulnerabilidade do consumidor no

mercado de consumo extrapola barreiras sociais e econômicas" (DUQUE, 2013, p. 386).

De fato, um dos aspectos mais impressionantes dentro das relações entre consumidores e fornecedores é a incapacidade de os primeiros exercerem qualquer tipo de pressão social que tenha por efeito equilibrar o jogo de forças dentro do cenário econômico.

A dispersão dos consumidores na luta pelos seus direitos e na reivindicação por melhores condições nas relações de consumo, lhes atribuem uma fragilidade chamada de *hipossuficiência organizacional.*

Sobre tal assunto, vale trazer à colação o que contido no parecer elaborado pela Professora Ada Pellegrini e que influenciou a jurisprudência do Supremo Tribunal Federal, no âmbito da ação direta de inconstitucionalidade, n. 3.943. Disse:

> [...] existem os que são necessitados no plano econômico, mas também existem os necessitados do **ponto de vista organizacional.** Ou seja, todos aqueles que são socialmente vulneráveis: os consumidores, os usuários de serviços públicos, os usuários de planos de saúde, os que queiram implementar ou contestar políticas públicas, como as atinentes à saúde, à moradia, ao saneamento básico, ao meio ambiente etc. (GRINOVER, 2008, p.13, grifos nossos).

Pois bem, os consumidores enquanto agentes "socialmente vulneráveis" somente podem ser protegidos dessa fragilidade se os motivos que levam à desorganização social forem combatidos pelo Estado. É dizer que a missão protetiva do Estado em favor do consumidor manifesta-se de diversas formas, dentre elas, aquela que promove a profissionalização do consumidor dentro do contexto econômico, porque, somente assim, poderá fazer face a toda complexa rede de instrumentos dos quais dispõe os fornecedores: de sindicatos, a associações, de sistemas de informações virtuais, a pesquisas de mercados altamente reveladoras, de meios de coerção do consumidor, tais como os cadastros de inadimplentes, chegando até a participação ativa na cena política através de doações eleitorais, culminando com ampla representação em diversos segmentos em todas as casas legislativas do Brasil.

Nesta linha, diz José Geraldo Filomeno que "[...] cabe ao Estado não apenas desenvolver atividades nesse sentido, mediante a instituição de órgãos públicos de defesa do consumidor, como também incentivando à *criação de associações civis que tenham por objeto referida defesa*"(FILOMENO, 2011, p. 74-75, grifos nossos).

Com isso, o Estado dota o consumidor de meios de atuação mais autônoma

dentro do mercado, a partir de uma plataforma organizada e, principalmente, **legitimada** para adoção de todas as medidas administrativas[5], judiciais[6], legislativas[7] e, até mesmo, junto à imprensa, às escolas, universidades e todo e qualquer lugar onde possam ser difundidas ideias sobre o tema consumerista.

Porém, a realidade é outra, tal como aponta Daniel Fink, ao afirmar que,

> No Brasil, a instituição defesa do consumidor, está, ainda, e infelizmente, muito longe de ser considerada como sólida e madura. A solução das relações de mercado dentro do próprio mercado encontrará o consumidor desorganizado e desprotegido (FINK, 2011, p.809).

Logo, o problema apontado remete a um questionamento inexorável de saber se os mecanismos que conduzem à execução da Política Nacional das Relações de Consumo, especialmente os destinados à participação social do consumidor falharam ou se a falha parte efetivamente de uma omissão do Estado, enquanto ente executivo de ações previstas e programadas pela lei. Talvez a resposta esteja em um plexo de fatores que permeiam as duas hipóteses. Seja como for, afirma Herman e Benjamin, em obra dirigida por Gabriel Stiglitz, que as diretrizes de proteção dos consumidores, garantem uma ampla gama de direitos aos mesmos, dentre os quais destaca "la liberdad de construir grupos u otras organizaciones pertinentes de consumidores, y la oportunidad, para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten." (STIGLITZ, 1994, p.119-120)

Logo, se interessa e cabe constitucionalmente ao Estado a proteção do consumidor e, de outro, se há espaço para a participação da sociedade nas questões afetas aos consumidores, aos seus direitos e à sua proteção, é conveniente uma análise da Lei nº 13.019/2014 que *objetivamente* tem o condão de regular as parcerias entre os órgãos do Estado e da sociedade civil, fomentando-lhes a execução de ações das mais diversas que tenham tanto uma vinculação ao objetivo social da entidade privada, quanto um interesse público em sua realização.

---

[5] Reivindicações, protesto e denúncias junto aos órgãos de defesa dos consumidores, agências reguladoras, Defensoria Pública, Ministério Público, dentre outros.

[6] Promoção de ações coletivas e intervenção, na condição de *amicus curiae* ou de assistente, nas demandas que envolvem temas relativos ao Direito do Consumidor.

[7] Pedidos de abertura de CPIs (violações da ordem econômica, monopólios, cartelização etc.), propostas de leis a serem encampadas pelos parlamentares, dentre outras.

## 2.2. A Lei nº 13.019/2014 e a participação social no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

A Lei nº 13.019/2014, apresenta-se como destinada a estabelecer,

> [...] o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, em regime de mútua cooperação, para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco, mediante a execução de atividades ou de projetos previamente estabelecidos em planos de trabalho inseridos em termos de colaboração, em termos de fomento ou em acordos de cooperação; define diretrizes para a política de fomento, de colaboração e de cooperação com organizações da sociedade civil [...] (BRASIL, 2014, preâmbulo).

O Código de Defesa do Consumidor, por seu turno, embora faça menção à participação de entidades civis da sociedade no SNDC, não se ocupou de regular como isso ocorreria, muito menos tratou dos mecanismos formais (convênios, contratos etc.) necessários a dar respaldo jurídico-obrigacional à participação.

Como a Lei n. 13.019/2014 não define, distingue ou segmenta[8] *áreas de exclusão* em que as parcerias entre o Estado e as entidades da sociedade não devam ocorrer, certo é que qualquer área ou assunto de interesse público –como é a proteção do consumidor –, que importe no desenvolvimento de ações práticas, está abrangida em seu contexto normativo.

Deve ser observado, porém, naquilo que toca ao *termo de colaboração*[9] *e fomento*[10], que a Lei estabelece uma intenção que ora tem caráter geral, como no caso do inciso I do Art. 5º, ora tem intenções específicas, como no caso dos demais incisos:

> Art. 5ºO regime jurídico de que trata esta Lei tem como fundamentos a gestão pública democrática, a participação social, o fortalecimento da sociedade civil, a transparência na aplicação dos recursos públicos, os princípios da legalidade, da legitimidade, da impessoalidade, da moralidade,

[8] *Ubi lex non distinguir necnos distinguere debemus.*

[9] Instrumento por meio do qual são formalizadas as parcerias estabelecidas pela administração pública com organizações da sociedade civil para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco propostas pela administração pública que envolvam a transferência de recursos financeiros (Art. 2º , Inciso VII).

[10] Instrumento por meio do qual são formalizadas as parcerias estabelecidas pela administração pública com organizações da sociedade civil para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco propostas pelas organizações da sociedade civil, que envolvam a transferência de recursos financeiros (Art. 2º , Inciso VIII).

> da publicidade, da economicidade, da eficiência e da eficácia, destinando-se a assegurar:
> I - o reconhecimento da participação social como direito do cidadão;
> II - a solidariedade, a cooperação e o respeito à diversidade para a construção de valores de cidadania e de inclusão social e produtiva;
> III - a promoção do desenvolvimento local, regional e nacional, inclusivo e sustentável;
> IV - o direito à informação, à transparência e ao controle social das ações públicas;
> V - a integração e a transversalidade dos procedimentos, mecanismos e instâncias de participação social;
> VI - a valorização da diversidade cultural e da educação para a cidadania ativa;
> VII - a promoção e a defesa dos direitos humanos;
> VIII - a preservação, a conservação e a proteção dos recursos hídricos e do meio ambiente;
> IX - a valorização dos direitos dos povos indígenas e das comunidades tradicionais;
> X - a preservação e a valorização do patrimônio cultural brasileiro, em suas dimensões material e imaterial.

Portanto, seja nas modalidades referidas no artigo citado, seja no caso do termo de *acordo e cooperação*[11], a *defesa do consumidor* é objetivo amparado pela norma de parcerias em comento, especialmente no que se refere às previsões dos incisos I[12], II[13] (especialmente sua parte final), e VII[14], de sorte que é plenamente viável a utilização de seus instrumentos para a participação das entidades privadas que representam os consumidores ou que tenham por objetivo social a defesa de seus interesses.

Com isso, tem-se que a Lei nº 13.019/2014 tem potencial força de contribuir para o fomento da participação social do consumidor dentro do SNDC.

No entanto, é preciso que seja levado em conta que a lei em comento é de natureza procedimental, ou seja, é instrumento destinado à realização de objetivos materiais, os quais dependem da iniciativa das partes interessadas para que sejam levados a efeito.

Nesse sentido, mais uma vez, retoma-se o argumento de que o Estado deve

---

[11]Instrumento por meio do qual são formalizadas as parcerias estabelecidas pela administração pública com organizações da sociedade civil para a consecução de finalidades de interesse público e recíproco que não envolvam a transferência de recursos financeiros; (Art. 2º , VIII-A).

[12] Dialoga com o Art. 4º, inciso II, alínea "b", do Código de Defesa do consumidor.

[13] Sua parte final está abrangida pelos Direitos Sociais e Econômicos, de onde parte o Direito do Consumidor.

[14] Os Direitos Sociais e Econômicos são parte integrante da Declaração Universal dos Direitos Humanos e dos tratados internacional correlatos e compreende, dentro outra questão, a pauta consumerista, especialmente voltada para o acesso do consumidor aos bens e serviços necessários a uma vida digna.

promover meios de incentivo à participação do consumidor através de suas entidades representativas, especialmente, através da previsão orçamentária de recursos para as parcerias por intermédio dos termos de colaboração e fomento, e, ainda, outros incentivos que não necessariamente se façam por meio de transferência de recursos financeiros, mas pela colaboração técnica visando a capacitação, a instrução e a atuação conjunta em diversas atividades.

## 3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De tudo o que abordado neste estudo, é possível concluir que as questões afetas ao alcance do Direito do Consumidor têm evidente caráter social, na medida em que as relações de consumo não constituem apenas *fatos jurídicos* havidos entre particulares, mas, para além disso, constituem a tônica da sociedade contemporânea fundada em um regime de trabalho, produção e consumo.

Logo, o consumidor-trabalhador, ou seja, a grande massa que existe em função do modelo capitalista e que dele é completamente dependente, suscitou um enfoque jurídico destinado a fazer da proteção ao consumidor um contrapeso da atividade econômica, esta forjada dentro da livre iniciativa.

Entretanto, a proteção do consumidor prestada pelo Estado, não é meio exclusivo de tutela, mormente porque é também dado ao consumidor, através de sua organização social, o direito de sua própria defesa, tendo o Estado, por força de lei, o dever de fomentar o associativismo consumerista, de modo a combater a dispersão dos consumidores individualmente considerados, que tornam-se débeis na intenção de sua própria defesa, ou seja, *hipossuficientes organizacionais*.

Nesse sentido, embora o Código de Defesa do Consumidor tenha consignado expressamente o dever do Estado em incentivar a organização social do consumidor, através de estímulos à criação de entidades civis, não ofertou meios concretos de como este incentivo ocorreria na prática.

Por tal razão, verificou-se que a Lei nº 13.019/2014, por ter natureza procedimental voltada para a concretização de parcerias entre o Estado e as entidades da sociedade civil, tem potencial de contribuir para a efetiva participação de entidades civis representativas dos consumidores, no SNDC.

Ressalva-se, contudo, que, não obstante a Lei nº 13.019/2014 dispor de

procedimentos viabilizadores da participação social dos consumidores, é preciso que o Estado promova, que tome a iniciativa de realização de parcerias não apenas voltadas para a execução de atividades-fim no âmbito da tutela do consumidor, mas, também, daquelas voltadas para o fortalecimento propriamente dito das referidas entidades. Tal fortalecimento servirá para que, de suas existências elas possam, com autonomia, atuar dentro do SNDC em favor dos direitos dos consumidores, nas searas administrava, legislativa e judicial, sem excluir, é claro, a atuação no âmbito da conscientização e do fortalecimento da sociedade de consumidores.

## REFERÊNCIAS


BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

_____.**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/l8078.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____.**Lei 13.019**, de 31 de julho de 2014. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/L13019compilado.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

_____. **Decreto n. 2.181**, de 20 de março de 1997.Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC, estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D2181.htm>. Acesso em: 15 set. 2017.

CAMBI, Eduardo. **Neoconstitucionalismo e Neoprocessualismo**: Direitos fundametnais, políticas públicas e protagonismo judiciário. 2. ed. rev. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011.

CASSESE, Sabino. **A crise do estado**.Tradução de Ilse Paschoal Moreira e Fernanda Landucci Ortale. Campinas: Saberes, 2010.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

DUQUE, Marcelo Schenk. **Direito privado e constituição**: *drittwirkung* dos direitos fundamentais, construção de um modelo de convergência à luz dos contratos de consumo. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

HESSE, Konrad. **A força normativa da Constituição**.Tradução de Gilmar Ferreira

Mendes. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1991.

FILOMENO, José Geraldo Brito In:GRINOVER, Ada Pellegriniet al. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. v. I. 10. ed. revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

FINK, Daniel Roberto. In:GRINOVER, Ada Pellegrini.[et al.]. **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. v. I. 10. ed. revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcelos e. In **Código brasileiro de defesa do consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. v. I. 10. ed. revista, atualizada e reformulada. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

GRINOVER, Ada Pellegrini. Parecer a respeito da arguição de inconstitucionalidade do inciso II do artigo 5º da Lei da Ação Civil Pública – Lei n. 7.347/85 -, com a redação dada pela Lei n.11.488/2007, que conferiu legitimação ampla à Defensoria Pública para ajuizar a demanda, em discussão na Ação Direta de Inconstitucionalidade promovida pela Associação Nacional dos Membros do Ministério Público-Conamp (ADIN n. 3943, Relatora Ministra Cármen Lúcia). 2008. **Anadep**. Disponível em: <http://www.anadep.org.br/wtksite/cms/conteudo/4820/Documento10.pdf>. Acesso em: 19 set. 2017.

LORENZETTI, Ricardo Luis. **Consumidores**. 2.ed. Santa Fé: Rubinzal - Culzoni Editores, 2009.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**- o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

MIRAGEM, Bruno. O direito do consumidor como direito fundamental. In: MARQUES, Cláudia Lima; MIRAGEM, Bruno(Orgs). **Direito do consumidor**: contratos de consumo. V. 2. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011.

NADER, Paulo. **Introdução ao estudo do direito**. 35.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

NUNES, Luiz Antônio Rizzatto. **Manual de introdução ao estudo do direito**. 13.ed.

São Paulo, Saraiva, 2016.

ONU. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Declaração universal dos direitos humanos**, adotada em 10 de dezembro de 1948. Disponível em: <http://unicrio.org.br/img/DeclU_D_HumanosVersoInternet.pdf>. Acesso em; 18 set. 2017.

SAYEG, Ricardo; BALERA, Wagner. **O capitalismo humanista.** Petrópolis, KBR: 2011

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 25.ed. São Paulo:

Malheiros Editores, 2005.

STIGLITZ, Gabriel (Org.). **Defensa de los consumidores de productos e y servicios.** Buenos Ayres: Ediciones La Rocca, 1994.