

OS DIREITOS FUNDAMENTAIS DO CONSUMIDOR E SEU PANORAMA PROTETIVO NO DIREITO BRASILEIRO: A IMPORTÂNCIA DO AMPARO CONSTITUCIONAL. AVANÇOS E EXPECTATIVAS APÓS OS 30 ANOS DO CDC

FUNDAMENTAL CONSUMER RIGHTS AND ITS PROTECTIVE OVERVIEW IN BRAZILIAN LAW: THE IMPORTANCE OF CONSTITUTIONAL SUPPORT. ADVANCES AND EXPECTATIONS AFTER 30 YEARS OF CDC

Sebastião Sérgio da Silveira¹

Arnaldo Neto²

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo trazer alguns apontamentos sobre a proteção constitucional do consumidor sob a ótica dos Direitos Fundamentais a ela inerentes, como também uma consequente abordagem sobre a relevância do amparo constitucional do tema, fator primordial para concretização de tais direitos, dotados de fundamento constitucional. Por fim, o estudo pretende demonstrar alguns avanços conquistados pelos consumidores ao longo dos 30 anos da Lei n. 8.078/1990 – nosso “Código de Defesa do Consumidor”.

PALAVRAS-CHAVE: Direito Coletivo, Direito Constitucional, Direito do Consumidor, 30 anos do CDC.

¹ Pós-doutor em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra; Doutor em Direito pela PUC-SP, Mestre em Direito pela PUC-SP; Graduado em Direito pela Universidade de Ribeirão Preto-UNAERP; Membro do Ministério Público do Estado de São Paulo; Professor do Curso de Direito e Professor e Coordenador do Programa de PósGraduação em Direitos Coletivos e Cidadania da Universidade de Ribeirão Preto. E-mail: ssilveira@unaerp.br

² Advogado graduado em Direito pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) em 2004. Possui pós-graduação em Processo Civil pela Associação dos Advogados de São Paulo (AASP) e MBA em Direito Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV/LAW). Mestre em Direitos Coletivos e Cidadania na Universidade de Ribeirão Preto/SP em 2022. Em sua trajetória profissional participou de grandes bancas de advocacia, focadas em direito civil, bancário, do consumidor e na gestão de grandes contenciosos. Possui avançados conhecimentos em gestão de pessoas e fluxos operacionais (treinamento e capacitação de equipes jurídicas), sistemas de gerenciamento de processos jurídicos, tendo participado como palestrante de simpósios e fóruns jurídicos sobre tecnologia aplicada ao Direito e Gestão Estratégica Jurídica. Áreas de atuação profissional: Direito Bancário e Financeiro, Cível, Empresarial, Consumidor e Gestão de Contencioso. E-mail: arnaldo_neto@hotmail.com

ABSTRACT

The present work aims to bring some notes on the constitutional protection of the consumer from the perspective of the Fundamental Rights inherent to it, as well as a consequent approach on the relevance of the constitutional protection of the subject, a primordial factor for the realization of such rights, endowed with foundation constitutional. Finally, the study intends to demonstrate some advances achieved by consumers over the 30 years of Law n. 8.078/1990 – our “Consumer Protection Code”.

KEYWORDS: Collective Law, Constitutional Law, Consumer Law, 30 years of CDC.

1. INTRODUÇÃO

O presente estudo tem por objetivo analisar, sob a ótica do ordenamento jurídico brasileiro, o Direito do Consumidor e sua característica de Fundamento Constitucional. Desta forma, partindo-se da ideia fundamental de um Direito protegido pela Constituição Brasileira, denota-se tratar de corolário substancial que visa a proteção afirmativa dos consumidores previstas nos artigos 5º, inciso XXXII e 170, inciso V, da Constituição Federal, concluído pelo artigo 48 do ADCT.

Diante da importância e relevância do tema, que se justifica ainda mais em momentos de crise global como a atualmente vivida por toda a população mundial, situações que, infelizmente, expõem uma série de arbitrariedades e incongruências contra as parcelas da população menos favorecidas (em qualquer aspecto), precipuamente a classe dos consumidores, buscou-se organizar o estudo em três partes, que auxiliarão na compreensão e disposição didática do tema.

Com efeito, objetiva-se ponderar a proteção constitucional do consumidor a partir de sua tríplice função que decorre da própria Constituição Federal, podendo ser considerada da seguinte maneira: a) promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da CF); b) assegurar a tutela do consumidor como princípio geral da atividade econômica (art. 170, V, da CF); e, ao final, c) sistematizar esta proteção especial através de uma codificação (art. 48 do ADCT).

2. O DIREITO DO CONSUMIDOR E A SUA PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL

Desde o nascedouro da Constituição Federal de 88, o legislador constituinte evidenciou a relevância do direito do consumidor em alçá-lo ao patamar dos direitos constitucionais fundamentais. Assim, de maneira explícita, inseriu a obrigação do Estado em promover a defesa do Consumidor no Título II da CF-88 (Direitos e Garantias Fundamentais).

Desse modo, a inserção da proteção do consumidor na Constituição representa a harmonização das funções do Estado ao passo que lhe cabe intervir em situações de desigualdade e desequilíbrio social, quando não é possível revolvê-las satisfatoriamente por meio dos mecanismos exclusivamente políticos ou econômicos.

De outra senda, como Lei fundamental, a Constituição Federal é dotada de previsões básicas voltadas à organização do Estado, como também dos direitos e garantias fundamentais, assumindo *status* hierárquico superior aos demais tipos normativos legais e, portanto, servindo como substrato fundamental de validade de toda e qualquer norma que vise a proteção do consumidor.

Nesse sentido, Cláudia Lima Marques assevera que “a Constituição Federal de 88 é a origem da codificação tutelar dos direitos dos consumidores no Brasil e a garantia institucional da existência e efetividade do Direito do Consumidor³”.

Como consequência direta e pragmática, tal previsão permite o reconhecimento do consumidor como um novo sujeito de direitos, quer individual ou coletivamente, e da assunção de compromissos pelo Estado para garantia de sua proteção, assegurando-lhe a titularidade de direitos constitucionais fundamentais (artigo 5º, XXXII, da CF), como também uma legislação codificada especial (artigo 48 do ADCT) e, ainda, a convalidação da defesa do consumidor como princípio da Ordem Econômica (artigo 170, V, da CF).

Outro importante ponto trazido pelo legislador constituinte originário foi a possibilidade (previsão) de elaborar um Código de Defesa do Consumidor, consoante o artigo 48 da ADCT, em 120 dias a contar da promulgação da Constituição Federal – fato que, em terras brasileiras, ocorreu 2 anos após, com a edição do Código de Defesa do Consumidor, dispondo sobre a proteção do consumidor e outras providências (Lei n. 8.078/1990).

³ MARQUES, Claudia Lima. Introdução ao Direito do Consumidor. *op. cit.* p. 27.

De acordo com Bruno Miragem⁴:

O artigo 5º, inciso XXXII, ao utilizar a locução “na forma da lei”, inseriu uma determinação específica ao legislador ordinário para detalhar a proteção constitucional, atribuindo a este a possibilidade de elaborar normas específicas de proteção, a fim de aperfeiçoar a tutela prevista na Constituição Federal.

Assim, pode-se afirmar que o direito do consumidor estabelece, em resumo, um conjunto de normas destinadas ao cumprimento dessa trílice consagração constitucional: promover a defesa dos consumidores (art. 5º, XXXII, da CF); assegurar a tutela do consumidor como princípio geral da atividade econômica (art. 170, V, da CF); e, por fim, organizar a proteção especial através de uma codificação (art. 48 do ADCT).

Sem prejuízo, há também o disposto no artigo 129, inciso III, da Constituição Federal, que estabeleceu, como uma das funções institucionais do Ministério Público, a de promover a ação civil pública para a proteção de interesses difusos e coletivos. Tal proteção vem disciplinada no artigo 81 do CDC⁵, importante marco evolutivo legal sobre a tutela jurisdicional coletiva dos direitos e interesses do consumidor.

3. A DEFESA DO CONSUMIDOR COMO DIREITO FUNDAMENTAL

Segundo o artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, o Estado promoverá a Defesa do Consumidor. Tem-se, portanto, um direito fundamental que obriga o Estado a adotar determinadas prestações positivas por meio de ações ativas, visando proteger os consumidores e, por conseguinte, dar maior equilíbrio às relações de natureza consumerista.

Na doutrina de Cláudia Lima Marques⁶, tal assertiva significa:

Assegurar afirmativamente que o Estado-juíz, que o Estado-Executivo e o Estado-Legislativo realizem positivamente a defesa, a tutela dos interesses destes consumidores”, no direito de fomentar ações deliberadamente positivas a fim de assegurar a integridade do exercício dos direitos fundamentais.

⁴ MIRAGEM, Bruno. *op cit.* p. 42.

⁵ Art. 81, do CDC: A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

⁶ MARQUES. *op. cit.* p. 26.

No mesmo sentido, pode-se afirmar que tal proteção consiste num dever do Estado, ao passo que a garantia dos Direitos Fundamentais obriga que o Estado deixe sua posição tradicional de adversário para, assim, ocupar sua posição de garantidor de tais direitos, cabendo ao poder público não apenas agir em proibição aos excessos, mas principalmente esquivar-se da omissão.

Voltando-se para o cerne exclusivo do direito das relações de consumo, a proteção do consumidor encontra o seu fundamento no parâmetro da desigualdade intrínseca entre os sujeitos envolvidos, que não é pouca. É evidente a grande disparidade entre os entes que compõem a relação de consumo, levando, como consequência, à busca de um maior equilíbrio através das disposições normativas afetas, reconhecendo-se, assim, tais direitos como fundamentais em prol dos consumidores para, em contrapartida, equalizar e evitar que os interesses dos entes mais fortes prevaleçam.

Como conceptáculo do exposto acima, surge a necessidade de se alcançar os critérios de equidade por intermédio de leis que possam reequilibrar tais relações visceralmente desiguais, ou seja, fazendo-se valer a máxima de “tratar desigualmente os desiguais na medida de suas desigualdades”.

Bruno Miragem⁷ afirma que, nas relações de consumo, a figura da desigualdade fática é o que traz legitimidade ao tratamento tal qual exposto:

(...) A desigualdade, *in casu*, reside na posição favorecida do fornecedor em relação ao consumidor, sobretudo em razão de um pressuposto poder econômico ou técnico mais significativo, que corresponderá, necessariamente, a uma posição de fragilidade e exposição do consumidor, o que se convencionou denominar de vulnerabilidade deste em relação àquele.

Desta maneira, é estreme de dúvidas que a proteção do consumidor como direito fundamental possui arrimo na desigualdade intrínseca das relações entre consumidores e fornecedores. Quanto a isso, não restam dúvidas. Assim, surge como remédio o dever do Estado em intervir nas relações para promover a equalização dos interesses antagônicos, valendo-se do princípio da igualdade em sua acepção mais ampla, visando preservar os consumidores, entes vulneráveis e hipossuficientes na concepção da Lei.

⁷ MIRAGEM. *op. cit.* p.37.

4. A DEFESA DO CONSUMIDOR E A ORDEM ECONÔMICA

Em continuidade, o legislador constituinte originário inseriu a “defesa do consumidor” no rol dos princípios gerais da atividade econômica, conferindo-lhe análoga dimensão atribuída aos princípios da soberania nacional, da propriedade privada, da livre concorrência, dentre outros.

Segundo preconiza o artigo 170, *caput*, da CF-88, a ordem econômica tem por arrimo, simultaneamente, a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa, com o objetivo de assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, e deve observar os princípios indicados nos incisos do referido artigo 170.

De acordo com Manoel Jorge e Silva Neto⁸:

“a ‘ordem econômica’ consiste num plexo normativo, de natureza constitucional, no qual são fixadas a opção por um modelo econômico e a forma como deve se operar a intervenção do Estado no domínio econômico”.

De tal sorte, o conceito demonstra que a ordem econômica se destina a garantir a existência digna de todos, respeitando, obviamente, o princípio da propriedade privada. Neste contexto, evidencia-se que a CF/88 se preocupou substancialmente com o princípio da dignidade da pessoa humana como critério primordial no equilíbrio de forças: de um lado restou evidente a visão de uma “economia de mercado”, de cunho capitalista e, de outro, buscou-se resguardar a defesa do consumidor ao alçar seus direitos ao altiplano constitucional.

Com efeito, o conceito aplicável à liberdade econômica não pode ser absoluto sob pena de atentar contra a finalidade da própria ordem econômica e do papel precípua da defesa do consumidor que é voltado a garantir a dignidade da pessoa humana.

Portanto, a consequência do exposto leva a concluir que o princípio de defesa do consumidor não se limita a uma série de disposições legais que visam proibir e/ou limitar a

⁸ SILVA NETO, Manoel Jorge e Silva Neto. *op. cit.* p. 675.

autonomia privada, mas sim de algo muito mais amplo e efetivo, ao passo que denota caráter interventivo ou promocional, de efetivação dos preceitos constitucionais⁹.

5. A DENSIFICAÇÃO NORMATIVA DA PROTEÇÃO CONSTITUCIONAL

Como consequência do princípio constitucional de proteção ao consumidor, previsto no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal de 1988, impõe-se ao Estado o dever de proteção e promoção eficiente dos direitos e interesses dos consumidores através dos direitos fundamentais.

Neste contexto, o Código de Defesa do Consumidor materializou aquilo que foi disposto pela CF/88, ao passo que, em seu Capítulo III, do Título I, elencou aqueles que seriam os direitos básicos consumeristas, os quais, por sua vez, são alçados à categoria de basilares pois além de servirem como fundamento à tutela jurídica, atuam como a pedra angular de suporte ao arcabouço legislativo aplicável às relações de consumo.

Segundo a doutrina de Leonardo de Medeiros Garcia¹⁰, é indissociável a ideia de que a instrumentalização de todo esse sistema complexo que envolve relações de consumo dar-se-á através daqueles que seriam os direitos básicos do consumidor:

“(...) ao elencar os direitos do consumidor, o legislador fez questão de ressaltar que se tratam de direitos básicos, ou seja, aqueles que irão servir de base na orientação e instrumentalização da relação de consumo”.

Portanto, a previsão legal contida no artigo 6º do CDC ao trazer aqueles que seriam os direitos básicos, evidencia o foco na proteção do consumidor justamente por sua condição de vulnerabilidade natural dentro das relações de consumo. Outrossim, como já abordado, a desigualdade entre os sujeitos dessa relação polarizada ocupa papel de igual destaque, levando o Estado, como lhe cabe, interferir e dispor tais direitos com o fito de equilibrar interesses antagônicos, inerentes ao modelo econômico e ao mercado.

⁹ De acordo com a doutrina de Bruno Miragem (MIRAGEM, 2008, p.41) a importância do Princípio de Defesa do Consumidor é evidente, pois não representa apenas um conteúdo proibitivo ou limitador da vontade de cada um, mas principalmente de um mandamento interventivo ou promocional dos preceitos basilares da Constituição.

¹⁰ GARCIA, Leonardo de Medeiros. *Op. cit.* p. 63.

Por fim, não é menos relevante salientar, que o rol de direitos básicos apresentado no artigo 6º do CDC é meramente exemplificativo. E isso se dá em razão de uma lógica necessária e aplicável ao contexto: as violações à princípios do direito do consumidor não contemplados no aludido dispositivo legal encontrarão o seu arrimo e alicerce normativo, garantindo, assim, ampla proteção jurídica, partindo-se das normas constitucionais originárias de defesa do consumidor – CF/88.

6. O CDC E O PANORAMA DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR NO DIREITO BRASILEIRO

Antes de adentrar propriamente nos direitos específicos dos consumidores, faz-se necessário, num primeiro momento, situar o surgimento e a evolução histórica do direito do consumidor, que já pode ser considerado como um ramo do Direito.

Neste contexto, o Direito do Consumidor enquanto conjunto de regras e princípios, tem por finalidade primordial a proteção dos consumidores diante dos fornecedores, visando equilibrar essa relação naturalmente dispare e polarizada.

Apesar de sua origem recente como ramo do Direito, a defesa do consumidor no mundo tem sua origem no surgimento dos contratos, passando por mudanças substanciais com as Revoluções do Século XVIII (e a influência na Teoria Contratual), ganhando mais corpo e forma com a Revolução Industrial e o surgimento da “Sociedade de Massa” para, enfim, alcançar outros formatos mais lapidados e mais preparados para regular o convívio social, tal como os Contratos de Adesão que, em resumo, atuam como instrumentos reguladores dessa Sociedade de Massa.

Assim, levando em consideração tais relações e a necessidade de o Estado proceder de forma intervencionista nas relações entre fornecedores e consumidores, surge-se o “movimento consumerista” em diversos cantos do mundo, para que a função social do direito privado seja de efetivamente proteger as pessoas dos desafios da sociedade massificada, globalizada e informatizada:

“A proteção do consumidor, a ser conferida por meio da normatização do direito do consumidor, vem se configurando numa necessidade permanente a todas as nações desenvolvidas ou em desenvolvimento, instando a adoção de medidas preventivas,

coercitivas e punitivas, visando assegurar ao consumidor proteção à vida, à saúde, à segurança, à liberdade de escolha e à igualdade de condições nos contratos.”¹¹

Embora já presente no direito romano, a necessidade de proteção do consumidor, nos termos em que se busca hoje, teve origem no direito norte americano. Assim, em meados do século XIX, o “movimento consumerista” começa a dar os seus primeiros passos nos Estados Unidos, resultando na decisão proferida pela Suprema Corte no caso *Thomas versus Winchester* em 1852, tendo os seus fundamentos pautados nos princípios protetivos do direito do consumidor.

Neste sentido, os Estados Unidos foram pioneiros na luta pelos direitos do consumidor com manifestações representativas¹² ao longo do século XIX, tendo como grande marco a criação da Lei Sherman, a chamada lei antitruste americana de 1890, que instituiu de maneira plena a ideia de proteção do consumidor no ordenamento jurídico americano.

Entre os anos de 1930 e 1940, o movimento consumerista começa a preocupar-se com as questões envolvendo a informação, a qualidade e a seguridade dos produtos e serviços¹³, com destaque a criação da organização “Consumers Union” em 1936 que, por sua vez, deu início as atividades de realização de provas comparativas aos produtos e serviços para informar os resultados aos consumidores que, assim, poderiam utilizar o poder de compra para escolher produtos de melhor qualidade.

Contudo, não se pode olvidar que foi a partir de 1960 que tal movimento consumerista se implementou a partir da consciência social e cultural da necessidade de se defender aqueles que naturalmente ocuparam o lado mais fraco dessa relação de consumo.

Em 1962, o então presidente norte-americano John Kennedy, em discurso perante o Congresso Nacional, no dia 15 de março, ressaltou a necessidade de que os governos

¹¹ DONATO, Maria Antonieta Zanardo. Proteção do consumidor: conceito e extensão. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993. p. 18-19.

¹² No final do século XIX, surge a primeira organização formada por advogados de Nova York que objetivava melhores condições de trabalho aos empregados do comércio, chamada de “New York Consumers League” fundada em 1891, com a finalidade de proporcionar melhores relacionamentos com os fregueses dos estabelecimentos comerciais que, mais tarde, deu origem à “National Consumers League” em 1899.

¹³ SERRANO, Pablo Jimenez. Introdução ao Direito do Consumidor. Barueri: Manole, 2003. p. 4.

passassem a reconhecer direitos básicos dos consumidores e a implantar políticas estatais capazes de garanti-los, lançando um novo desafio:

“Considerar que ‘todos somos consumidores’, em algum momento de nossas vidas temos este *status*, este papel social e econômico, estes direitos ou interesses legítimos, que são individuais, mas também são os mesmos no grupo identificável (coletivo) ou não (difuso), que ocupa aquela posição de consumidor.¹⁴”

Com efeito, surgem as primeiras manifestações concretas voltadas a estabelecer diretrizes reais, culminando com a instituição pelo Congresso norte-americano de quatro direitos fundamentais: direito à segurança; direito à informação; direito à escolha; direito a ser ouvido.

A consequência do discurso foi de grande monta, levando a própria Organização das Nações Unidas (ONU) a instituir o dia 15 de março como o “dia internacional do consumidor” e, principalmente, a estabelecer diretrizes para esta legislação e consolidar a ideia de que se trata de um direito humano de nova geração (ou dimensão), um direito social e econômico, um direito de igualdade material do mais fraco, do leigo.

Paralelamente aos EUA, a Europa vê a tendência de proteção ao consumidor se espalhar, em especial a partir da fundação de uma entidade não governamental de defesa do consumidor em todo o mundo, a IOCU (International Organization of Consumers Unions).

Após a edição de inúmeras normas esparsas, mais de duas décadas depois, em 1985, a ONU (Organização das Nações Unidas) aprovou a Resolução nº 39/248 que estabeleceu como princípios gerais a necessidade de que os governos desenvolvam, fortaleçam ou mantenham uma política enérgica para a proteção do consumidor, estabelecendo diretrizes que abordem a segurança física, a promoção e proteção dos interesses econômicos dos consumidores, normas para segurança e qualidade dos produtos e serviços, entre outras medidas voltadas a proteção efetiva do consumidor.

Dentre as disposições trazidas pela Resolução n. 39/248, a ONU definiu algumas diretrizes de defesa do consumidor, instaurando mais quatro direitos aos propostos pelos

¹⁴ MARQUES, Claudia Lima. Introdução ao Direito do Consumidor. p. 24.

Estados Unidos: direito ao ressarcimento; direito à educação para o consumo; direito a um ambiente saudável; direito ao acesso a bens e serviços.

O Brasil ainda está amadurecendo em sua luta pelos direitos do cidadão. Entre 1960 e 1970, época do “milagre econômico brasileiro”, havia poucas discussões sobre questões relacionadas aos direitos do consumidor, com destaque para a criação do PROCON pelo Governo do Estado de São Paulo, em 1976, primeiro órgão público de proteção ao consumidor.

Na década de 1980, começaram a surgir associações de consumidores e entidades civis de defesa. Mas, ainda que já existissem leis que protegiam as relações de consumo, a grande massa de cidadãos era desinformada e as pressões em cima do governo e das empresas era insuficiente.

Em 1985, o então Presidente da República José Sarney, criou o CNDC – Conselho Nacional de Defesa do Consumidor por meio do Decreto nº 91.469/1985, responsável, entre outras coisas, pela elaboração do Projeto para a Política Nacional de Defesa do Consumidor. E, neste contexto histórico, por ocasião da Assembleia Nacional Constituinte, instalada em fevereiro de 1987, acabou por albergar tal preocupação internacional, inserindo o direito do consumidor dentre os direitos e garantias fundamentais, estabelecendo no artigo 5º, inciso XXXII, que “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.”

Além disso, conforme abordado anteriormente, deu à defesa do consumidor o *status* de princípio da ordem econômica (art. 170, inciso V, CF) ao lado dos princípios da soberania nacional (inciso I), propriedade privada (inciso II), função social da propriedade (inciso III), livre concorrência (inciso IV), defesa do meio ambiente (inciso VI), redução das desigualdades regionais e sociais (inciso VII), busca do pleno emprego (inciso VIII) e, por fim, o tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte (inciso IX).

Note-se, ainda, que no mesmo ano de 1987, deu-se a criação do IDEC – Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, associação sem fins lucrativos e desvinculada de qualquer empresa, governo ou partido político com a missão de “promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica¹⁵”.

¹⁵ <https://idec.org.br/quem-somos>

Assim, a defesa do consumidor, além de ser considerada um princípio de ordem econômica, é considerada ainda “o fim visado pelo próprio Estado, na consecução de seu bem comum, tendo em vista que somente se concebe a existência do próprio Estado na medida em que se estabelecem condições mínimas e indispensáveis para que todo ser humano se realize de forma integral¹⁶”.

Sem prejuízo, tais disposições constitucionais específicas relativas à defesa do consumidor devem ser ainda informadas e interpretadas com base no princípio fundamental da dignidade da pessoa humana, enquanto fundamento do Estado Democrático de Direito. Neste sentido, cabe destacar que o legislador constituinte pretendeu viabilizar, de forma bastante acentuada, a defesa do consumidor, de modo que, para tanto:

“(…) o Estado, por meio de todos os seus órgãos e funções, deve partir do pressuposto de que o consumidor é a parte vulnerável das relações de consumo, reclamando, portanto, uma intervenção protetiva, tanto no sentido de garantir um sistema legal de proteção, quanto no de criar organismos que impeçam ou reprimam lesões aos consumidores¹⁷.”

O que, na verdade significa que:

“O direito privado sofre hoje uma influência direta da Constituição, da nova ordem pública por ela imposta, e muitas relações particulares, antes deixadas ao arbítrio da vontade das partes, obtêm uma relevância jurídica nova e um consequente controle estatal, que já foi chamado de ‘publicização do direito privado¹⁸’.”

Para efetivar aquela primeira norma constitucional indicada (artigo 5º, inciso XXXII), de conteúdo programático e com eficácia limitada, o legislador constituinte tratou de estabelecer, no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, o prazo de seis meses para a edição do Código de Defesa do Consumidor (CDC)¹⁹.

Porém, somente após praticamente dois anos da promulgação da Constituição Federal de 1988, foi sancionada a Lei nº 8.078/1990, regulamentando, em nível infraconstitucional, o direito fundamental da “defesa do consumidor”.

¹⁶ FILOMENO, José Geraldo Brito. Curso fundamental de direito do consumidor. São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-2.

¹⁷ RAGAZZI, José Luiz; Honesko, Raquel. Código de Defesa do Consumidor Comentado-Doutrina e Jurisprudência. 1. ed. São Paulo: Verbatim, 2010. p. 27.

¹⁸ MARQUES, Claudia Lima. Introdução ao Direito do Consumidor. p. 29.

¹⁹ ADCT – art. 48. O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor.

Em 1990, o Código de Defesa do Consumidor foi promulgado com o amparo da Constituição Federal, a chamada “Constituição Cidadã”. O CDC foi um marco pois promoveu a educação de todos os brasileiros sobre seus direitos e deveres no consumo. Ao entrar em vigor, reforçou os esforços que vinham sendo feitos pelas organizações civis e governamentais de proteção. Hoje, o consumidor é protegido pelo CDC e, junto às instituições responsáveis, pode fazer valer os seus direitos tanto no aspecto do pleito individual como, principalmente, por meio da proteção coletiva.

7. O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Código de Defesa do Consumidor brasileiro está arrimado na Lei nº 8.078/90 e dispõe sobre a proteção do consumidor e demais assuntos acerca do tema, abordando, inclusive, questões até então não normatizadas sobre direitos difusos e coletivos, tanto no aspecto material como também no processual.

O CDC, assim chamado, estabelece normas de proteção de ordem pública e de interesse social, conforme disposto em seu art. 1º:

“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.”

Partindo-se da premissa de proteção ao consumidor, parte vulnerável na relação de consumo, o código estabeleceu normas cogentes ou de ordem pública, as quais não podem ser invalidadas ou transigidas pela vontade das partes, e isso é essencial para que a proteção almejada se dê de maneira efetiva e atenda às necessidades dos consumidores.

Em continuidade ao que dispõe o Código de Defesa do Consumidor, evidencia-se a preocupação do legislador em conceituar a figura do consumidor de acordo com o disposto no artigo 2º. Assim, à luz da codificação em apreço, considera-se consumidor como sendo: *“toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.”* Cabendo, ainda, ao parágrafo do aludido artigo, trazer o conceito envolvendo a figura do consumidor de equiparação.

Assim, segundo art. 2º do CDC, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. O parágrafo único do mesmo artigo equipara consumidor à coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que age intervindo nas relações de consumo.

Igualmente, o artigo 17 do CDC traz importante conceito de responsabilidade pelo fato do produto e do serviço, elevando a figura do consumidor, ao passo que, para os efeitos do Código, as eventuais vítimas do evento são equiparadas a todos os consumidores.

Portanto, a figura do consumidor por equiparação visa salvaguardar a figura daqueles que também foram vítimas do evento, mas que não fazem parte direta da relação de consumo, mesmo suportando o dano que decorreu da falha de prestação de serviço ou do produto contratado por terceiros.

De outra senda, os elementos e princípios que alicerçaram o Código de Defesa do Consumidor brasileiro devem ser rigorosamente analisados, pois permitem uma compreensão global da real e efetiva proteção voltada aos consumidores. Sem tal abordagem, torna-se difícil a compreensão dos motivos e razões, além dos objetivos do legislador na construção desse importantíssimo instrumento de proteção às relações de consumo.

Diante disso, destacam-se princípios constitucionais como da dignidade da pessoa humana e da ordem econômica no âmbito das relações de consumo, essenciais para o desenvolvimento equânime e equitativo das afinidades consumeristas.

Em primeiro lugar, o princípio da dignidade da pessoa humana no âmbito do Direito do Consumidor está positivado no inciso III do art. 1º da Constituição Federal, sendo este um dos princípios basilares, conforme disposto pelo legislador constituinte.

Tal princípio fala por si só. A dignidade humana apresenta-se como um dos mais importantes dentro do contexto jurídico e social, pois é inerente à pessoa. Por conseguinte, o princípio da dignidade da pessoa humana está intimamente relacionado com o *caput* do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. A saber:

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.

Com efeito, tanto o texto constitucional como o CDC partem da premissa que o consumidor é o elo vulnerável da relação de consumo para se chegar a uma perspectiva de equilíbrio nas relações contratuais de tal natureza através da efetiva tutela e proteção do consumidor.

Igualmente com o propósito de proteção ao consumidor, o Estado cercou-se de outros mecanismos de proteção, tais como as agências reguladoras (ANATEL, ANEEL, ANS, ANVISA, ANAC etc.) com a finalidade de fiscalizar, controlar e regulamentar serviços e produtos que compõem o mercado consumidor.

Por fim, além de agências reguladoras, foi criado o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor com o propósito de servir como orientação aos consumidores sobre os aspectos correlatos às relações contratuais, além de buscar a mediação de possíveis conflitos decorrentes de tais relações e servir como fiscal, imbuído do propósito de evitar eventuais práticas abusivas prejudiciais aos entes mais vulneráveis.

Igualmente de grande relevância no conjunto, a defesa do consumidor consubstancia-se também com um princípio da ordem econômica de acordo com o disposto no artigo 170 da Constituição Federal.

O princípio da ordem econômica funda-se em dois pilares extraordinários que são a valorização do trabalho e a livre iniciativa, tal princípio está apresentado no art. 170 da Constituição Federal. A saber:

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

Neste contexto, conquanto existam múltiplas discussões doutrinárias sobre o modelo econômico adotado no Brasil, é evidente, sobretudo, que se optou por um estilo de sociedade capitalista sem, contudo, deixar de considerar pelo legislador constituinte a busca na efetivação dos direitos sociais, aproximando-se, com as ressalvas cabíveis, ao modelo de Estado pautado no Bem-Estar Social.

E não poderia ser diferente, ao passo que o aludido artigo visa proteger a livre iniciativa e o direito à propriedade privada (conforme previsto na Declaração Universal dos

Direitos Humanos – ONU 1948, entre outros), mas não deixa de evidenciar a preocupação da proteção que se pauta na valoração do trabalho, na defesa do consumidor, na busca de um meio ambiente equilibrado etc.

Portanto, a Constituição Federal de 1988 ao pregar a necessidade de um Estado Liberal através do livre comércio, não se esqueceu de pensar no lado social, intimamente correlato ao bem-estar de todos os habitantes e, especialmente, com o princípio da dignidade da pessoa humana, anteriormente abordada.

Em outras palavras: o princípio da ordem econômica e os fundamentos que balizam o nosso Estado Democrático de Direito encontram seus pilares na valoração do trabalho e na livre iniciativa, de acordo com o que dispõe o artigo 1º, inciso IV, da Constituição Federal.

Em alinhamento com o disposto acima, a CF dispõe em seu artigo 170, inciso V, assegurar a todos os cidadãos uma vida digna e, para tanto, necessariamente tal ponderação deverá ser considerada obrigatoriamente para a proteção do consumidor, dada a sua condição inexorável de vulnerabilidade.

Portanto, diante da realidade exposta pelo modelo adotado de livre comércio, as relações contratuais tornam-se complexas e polarizadas onde o consumidor poderá, dada a sua condição de vulnerabilidade, ser lesado pelo ente mais forte dessa relação, cabendo assim ao CDC e demais disposições normativas afetas positivar o princípio da defesa do consumidor, justamente por figurar na posição do elo mais fraco na relação consumerista.

Como consequência, buscando o respeito à dignidade, saúde e segurança do cidadão, a proteção de seus interesses econômicos e a melhoria da sua qualidade de vida, o CDC trouxe vários benefícios, um dos maiores é o equilíbrio nas relações de consumo.

E, tudo isso só se tornou possível a partir da aplicação harmônica do ordenamento jurídico, em especial dos princípios de ordem constitucional já abordados no presente trabalho em íntima correlação com outros princípios, de ordem infraconstitucional, dentre os quais, destacam-se²⁰:

²⁰ MIRANDA, Maria Bernadete. Os princípios consagrados no Código de Proteção e Defesa do Consumidor. In: **Coluna Direito Empresarial & Defesa do Consumidor**. Porto Alegre,

Princípio da dignidade da pessoa humana: a defesa dos consumidores e a tutela de seus interesses nada mais são do que uma das faces da defesa da dignidade da pessoa humana.

Princípio da proteção: está estampado no artigo 6º, do CDC protegendo a incolumidade física, psíquica, ou econômica. Este princípio tem base no artigo 5º, XXXII da CF, onde cabe ao Estado o dever de proteger o consumidor, devido à condição de desigualdade existente nas relações de consumo, portanto, as normas do CDC deverão ser aplicadas para equilibrar tais relações, estabelecendo a igualdade entre as partes.

Princípio da confiança: prepondera a necessidade de que o fornecedor deve agir com lealdade para com o consumidor.

Princípio da precaução: está implícito no CDC e tem por objetivo resguardar o consumidor de riscos desconhecidos e relativos aos produtos e serviços colocados no mercado de consumo.

Princípio da transparência: o fornecedor tem obrigação de informar quanto aos riscos do negócio, para que o consumidor tenha inteira consciência do que contrata. Logo, entende-se este princípio como um dos pilares da boa-fé objetiva, impondo ao fornecedor o dever de informar de modo adequado, suprimindo-se assim todas as informações tidas essenciais para o melhor aperfeiçoamento da relação de consumo.

Princípio da vulnerabilidade: considera-se requisito essencial para a caracterização do consumidor. Essa vulnerabilidade deverá ser jurídica, fática, socioeconômica, informacional. Trata-se do reconhecimento da fragilidade do consumidor em relação ao fornecedor.

Princípio da boa-fé objetiva e do equilíbrio: significa que nas relações de consumo as partes devem proceder com probidade, lealdade, solidariedade e cooperação nas suas relações. Veja-se o que dispõe o artigo 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor. Trata-se da regra de conduta, de um dever permanente entre as partes em suas relações. Diante disso o artigo 51, IV, do CDC determina que são nulas de pleno direito, entre outras, as cláusulas

jun 2017. Disponível em <http://estadodedireito.com.br/os-principios-consagrados-no-codigo-de-protecao-e-defesa-consumidor1/>. Acesso em fev 2021.

contratuais relativas ao fornecimento de produtos e serviços que estabeleçam obrigações consideradas iníquas, abusivas, e que coloquem o consumidor em desvantagem exagerada, ou seja, incompatíveis com a boa-fé ou a equidade.

Princípio da informação: o consumidor tem o direito subjetivo de receber a informação adequada, clara, eficiente e precisa sobre o produto ou serviço, bem como de suas especificações de forma correta (características, composição, qualidade e preço) e dos riscos que podem apresentar.

Princípio da facilitação da defesa: esse princípio acarreta a inversão do ônus da prova e garante ao consumidor a facilitação dos meios de defesa de seus direitos. Daí dizer que um dos meios de facilitação de defesa é a inversão do ônus da prova, portanto, difere-se da relação de direito civil onde a prova incube a quem alega. Na relação de consumo, o consumidor reclama em juízo, e o fornecedor deverá provar em contrário.

Princípio da revisão das cláusulas contratuais: o consumidor tem o direito de manter a proporcionalidade do ônus econômico que implica ambas as partes, consumidor e fornecedor, na relação jurídico-material, portanto, toda vez que um contrato de consumo acarretar prestações desproporcionais, o consumidor tem o direito à sua modificação para estabelecer e restabelecer, a proporcionalidade e o direito a revisão de fatos supervenientes que tornem as prestações excessivamente onerosas.

Princípio da conservação dos contratos: o consumidor tem o direito de manter a proporcionalidade do ônus econômico que tem com o fornecedor na sua relação jurídico-material, de modo que as prestações não poderão ser desproporcionais, podendo o consumidor estabelecer e restabelecer a proporcionalidade via revisão das cláusulas contratuais. O objetivo do CDC é apenas conservar os contratos, para tanto, havendo desproporcionalidade ou onerosidade excessiva, devem ser feitas modificações ou revisões com o intuito de sua manutenção, assim, a extinção contratual é realizada em última hipótese quando não houver outra possibilidade de adimplir com as obrigações, ocorrendo ônus excessivo a qualquer das partes.

Princípio da solidariedade: todos os envolvidos responsáveis respondem pela ofensa cometida à vítima. Trata-se de mais uma defesa processual em que, todos respondem solidariamente ao autor da ofensa, pela reparação dos danos.

Princípio da igualdade: exige o permanente equilíbrio das partes. Trata-se da proteção ao consumidor, ao exigir boa-fé objetiva na atuação por parte do fornecedor, para garantir o equilíbrio entre as partes, tem o consumidor o direito de informação, à revisão contratual, e à conservação do contrato, sempre com o intuito de estar em par de igualdade nas contratações.

Por outro lado, e não menos importantes que os princípios infraconstitucionais destacados, emergem os direitos básicos do consumidor da abordagem dos princípios que regem a relação consumerista, a partir do art. 6º do Código de Defesa do Consumidor, dos quais destacam-se:

- Direito à proteção da vida, saúde e segurança;
- Direito à liberdade de escolha e igualdade nas contratações;
- Direito à Informação;
- Direito de proteção contra a publicidade enganosa e abusiva;
- Direito à proteção contratual;
- Direito à prevenção e reparação de danos;
- Direito de acesso aos órgãos de defesa;
- Direito à inversão do ônus da prova;
- Direito à adequada e eficaz prestação dos serviços públicos.

Tais princípios e, conseqüentemente, direitos atuam na concreção dos conceitos e na consolidação dos valores normativos voltados à defesa dos interesses dos consumidores, entes vulneráveis no contexto, sendo salutares ao ajuste do desequilíbrio natural decorrente da relação de consumo ao passo que expressam a real intenção da norma e servem como subsídio interpretativo em caso de divergência ou dúvida na interpretação da lei.

8. PANORAMA NO BRASIL

Ao longo dos 30 anos desde a entrada em vigor do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078, de 1990 – CDC), muitos foram os avanços e desafios

enfrentados pela sociedade de consumo, principalmente com a inserção do mercado consumidor na economia digital.

Conquanto o nosso CDC tenha sido construído num contexto histórico onde não existiam muitas das tecnologias e novidades digitais atuais, seus princípios, garantias e direitos continuam contemporâneos, plenamente aptos e considerados dentro desse novo panorama on-line, ao passo que versam sobre norma principiológica além de partirem do pressuposto da necessidade de adequarem-se às constantes modificações do mercado consumidor.

Dentre as modificações ocorridas ao longo desses 30 anos do CDC, segundo Bruno Miragem²¹, o direito à informação é aquele que: “maior repercussão prática vai alcançar no cotidiano das relações de consumo”, pois a aplicabilidade de tal direito tem ganhado mais força ao passar dos anos e, principalmente, exigido um empenho maior do legislador e aplicadores do Direito, sendo, inclusive, objeto do Decreto Federal n. 7.962 de 2013 (Lei do E-commerce) que regulamenta o Código de Defesa do Consumidor para dispor sobre a aquisição de produtos e serviços no comércio eletrônico.

Essa regulamentação trata de pontos fundamentais para que consumidores e lojistas do comércio eletrônico tenham mais segurança em suas relações, garantindo a apresentação de informações claras a respeito dos produtos e serviços durante e após a contratação on-line, além de prever meios de atendimento que facilitem o acesso ao consumidor.

Com o surgimento dos novos paradigmas, o mercado consumidor e a aplicação das disposições normativas do CDC apresentam-se em constante modificação, em especial com o surgimento das redes sociais, as quais possibilitaram que os consumidores pudessem expor, com representatividade substancial, os problemas decorrentes das relações contratuais às quais estavam vinculados, inclusive por meio de plataformas de mediação e composição, como ainda por meio das novas possibilidades de compra de produtos on-line, serviços ou conteúdos digitais por meio de aplicativos de celular, bem como novas formas de se firmar uma relação contratual na chamada “economia do compartilhamento”.

Por tais circunstâncias decorrentes do surgimento de novas tecnologias e, conseqüentemente, de novos problemas afetos às relações consumeristas, o legislador pátrio,

²¹ MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016. p. 214.

visando acompanhar tal evolução, editou o Marco Civil da Internet (Lei Federal nº 12.965, de 2014), que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da internet no Brasil e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (Lei Federal nº 13.709, de 2018).

Cabe aqui uma pequena digressão a respeito do tema: a preocupação do legislador em acompanhar os avanços sociais decorrentes das novas tecnologias é premente e, com a permissão interpretativa própria, é de se elogiar, pois, sem essa inquietação, tornar-se-ia impossível superar o desafio da atualização interpretativa do CDC diante da economia digital. Muito se critica (e com razão em muitas das vezes) mas tal preocupação do legislador brasileiro em manter o arcabouço normativo atinente às relações de consumo em dia e, principalmente contemporâneo, é louvável – tanto que, *ictu oculi*, o CDC é uma lei que deu muito certo.

Mas, não obstante a importância da inquietação legislativa acima mencionada, a qual resulta numa codificação consumerista apta a atender as necessidades contemporâneas, há situações do mercado de consumo atual desafiadoras e merecem relevo:

- (i) a implementação do novo Cadastro Positivo criado pela Lei Federal nº 12.414/2011 e regulamentado pelo Decreto Federal nº 9.936/2019;
- (ii) o surgimento de Códigos de Defesa do Consumidor estaduais e municipais (O Código Estadual de Defesa do Consumidor de Pernambuco (Lei Estadual nº 16.559, de 2019) ganhou bastante repercussão na mídia durante 2019).
- (iii) a criação de Comissão Especial destinada a proferir parecer ao Projeto de Lei nº 3.515/2015, que disciplina o crédito ao consumidor e dispõe sobre a prevenção e o tratamento do superendividamento (Projeto de Lei Federal nº 3.515/2015 (PLS nº 283/2012) e atualização do CDC;
- (iv) a edição de nova portaria pelo Ministério da Justiça e Segurança Pública que regulamenta e atualiza o procedimento de recall (Portaria nº 618, de 2019);

(v) a maior adesão dos fornecedores à plataforma consumidor.gov.br e outros métodos on-line de solução de disputas²²;

(vi) os debates sobre desjudicialização e acesso à ordem jurídica justa no mercado de consumo²³;

(vii) a valoração do tempo do consumidor no endereçamento de demandas de consumo.²⁴

Diante de um mercado de extrema competição, onde os consumidores possuem a condição e oportunidade de reação a qualquer afronta aos seus direitos de maneira imediata no ambiente on-line (reclamações, sugestões, percepções etc.) surgem novas empresas que, a época da elaboração do CDC, sequer poderiam ser imaginadas.

Tais “startups” passam a fazer parte do mercado de consumo, oferecendo soluções substanciais e, principalmente, pautadas não somente na aplicação e no cumprimento da lei, mas especialmente na adoção de boas práticas no relacionamento com o consumidor, conceito extremamente importante e paradigmático, pois muda a visão da relação de consumo ao passo que se preocupa essencialmente com o vínculo consumidor-fornecedor.

Mas a melhora não pode parar por aqui. As necessidades surgem ao passo que a sociedade evolui, criando novos desafios a serem enfrentados nos próximos anos de vigência do Código consumerista e suas possíveis atualizações²⁵ tais como: a importância e o papel dos fornecedores na internet das coisas; os novos paradigmas apresentados pela sustentabilidade e pela economia circular; e o comércio eletrônico internacional de bens e serviços.

Portanto, há muitos desafios a serem enfrentados com surgimento de novas tecnologias e novas relações de consumo, cabendo aos aplicadores do direito a incumbência de manter acesa a preocupação com a constante evolução do arcabouço normativo consumerista.

²² Nova Senacon vai ampliar uso da plataforma Consumidor.gov.br para evitar judicialização. *Ministério da Justiça e Segurança Pública*, 7 fev. 2019. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-1546882100.0>. Acesso em: 25 fev. 2021.

²³ WATANABE, Kazuo. *Acesso à Ordem Jurídica Justa*. São Paulo: Del Rey, 2019.

²⁴ BERGSTEIN, Lais. *O tempo do consumidor e o menosprezo planejado*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

²⁵ Conclusão a que se chega ao analisar os desdobramentos do Projeto de Lei do Superendividamento.

E não será uma tarefa fácil superá-los, a aplicação do CDC necessariamente dependerá de grandes esforços para que as conquistas havidas ao longo dos 30 anos sejam replicadas nos próximos anos, ao passo que, com a chegada e permanência da economia digital, digitalização e sustentabilidade no cotidiano de um consumidor global que participa ativamente da relação de consumo, com projeção e presença internacional, a complexidade se torna cada vez mais dantesca.

Disso, surge a necessidade estreme de dúvidas de todos os elos dessa corrente se adaptarem aos novos paradigmas do mercado de consumo e de maneira imediata. As leis e normas afetas ao direito do consumidor tendem a acompanhar tais transformações sem, contudo, desvencilharem-se do amparo albergado nos princípios previstos no Código de Defesa do Consumidor.

REFERÊNCIAS:

- ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 1993.
- BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2009.
- BRASIL, **Código de Defesa do Consumidor** (1990). In: Vade Mecum. São Paulo: Saraiva, 2013.
- _____. **Constituição da República Federativa do Brasil** (1988). In: Vade Mecum. São Paulo: Saraiva, 2013.
- BERGSTEIN, Lais. **O tempo do consumidor e o menosprezo planejado**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.
- CANOTILHO, José Joaquim Gomes. **Direito Constitucional e Teoria da Constituição**. 7ª ed. Coimbra: Almedina, 2000. 1522 p.
- CARVALHO, Sonia Aparecida. Sustentabilidade, Globalização, Tecnologia e Consumo: Estratégias de Governança Global. **Revista Eletrônica Direito e Política**, Itajaí, v.10, n.1, p. 1-23, 2015. Disponível em: www.univali.br/direitoepolitica. Acesso em: 23 set. 2020.

DONATO, Maria Antonieta Zanardo. **Proteção do consumidor: conceito e extensão**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1993.

EFING, Antônio Carlos. **Fundamentos do direito das relações de consumo**. 2ª ed. Curitiba: Juruá, 2004.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Curso fundamental de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do Consumidor: código comentado e jurisprudência**. 7ª ed. Niterói: Impetus, 2011.

MARQUES, Claudia Lima. **Introdução ao Direito do Consumidor**. In: BENJAMIN, Antonio Herman de Vasconcellos e. Marques, Claudia Lima. Bessa, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. 2ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

MIRAGEM, Bruno. **Direito do Consumidor: fundamentos do direito do consumidor; direito material e processual do consumidor; proteção administrativa do consumidor; direito penal do consumidor**. 1ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

_____. **Curso de Direito do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2016.

MIRANDA, Maria Bernadete. Os princípios consagrados no Código de Proteção e Defesa do Consumidor. In: **Coluna Direito Empresarial & Defesa do Consumidor**. Porto Alegre, jun 2017. Disponível em <http://estadodedireito.com.br/os-principios-consagrados-no-codigo-de-protecao-e-defesa-consumidor1/>. Acesso em fev 2021.

MOURA JUNIOR, Osvaldo; MARTINS, Paulo César Ribeiro. A tutela penal e os crimes nas relações de consumo. In: **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, XIV, n. 90, jul 2011. Disponível em http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9784. Acesso em set 2020.

PASSARELLI, Eliana. **Dos crimes contra as relações de consumo: Lei Federal n. 8.078/1990 (CDC)**. São Paulo: Saraiva, 2002.

PIZZOL, Patrícia Miranda. **Tutela coletiva: processo coletivo e técnicas de padronização das decisões**. 1. ed. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

RAGAZZI, José Luiz; Honesko, Raquel. **Código de Defesa do Consumidor Comentado-Doutrina e Jurisprudência**. 1. ed. São Paulo: Verbatim, 2010.

_____. **Direito do Consumidor - perguntas e respostas - coleção estudos direcionados**. Vol. 28. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Direito do Consumidor I**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Direito do Consumidor II**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

SERRANO, Pablo Jimenez. **Introdução ao Direito do Consumidor**. Barueri: Manole, 2003.

SILVA, José Afonso da. **Curso de Direito Constitucional Positivo**. São Paulo: Malheiros, 2008.

SILVA NETO, Manoel Jorge e. **Curso de Direito Constitucional**. 2 ed. Lumen Juris: Rio de Janeiro, 2006.

WATANABE, Kazuo. **Acesso à Ordem Jurídica Justa**. *São Paulo: Del Rey, 2019.*

Submetido em 28.06.2021

Aceito em 10.10.2022