

DIREITO DO CONSUMO¹

Joatan Marcos de Carvalho²

ABSTRACT

Brief considerations on the evolution of consumer relations and the advent of new consumer protection strategies.

Que direito é esse? Não tem a menor importância! Por acaso importa saber se os direitos de personalidade são direitos civis ou constitucionais? Essa questão perolou discussões entre juristas, máxime portugueses, por algum tempo; como sabemos Canotilho e os constitucionalistas em favor do prestígio hierárquico que deve haver em relação à importância do bem jurídico considerado. Motta Ribeiro e outros tantos alinhados com a topologia e a precedência histórica da proteção jurídica da personalidade. (Revista Judiciária do Paraná, #1, pág. 53).³

O Código de Defesa do Consumidor já caminha para além da terceira década, desde que foi formada a comissão que o elaborou com a participação e ilustres juristas, entre eles os Professores Herman Benjamin, Cláudia Lima Marques, Kazuo Watanabe e Ada Pellegrini Grinover. Não se desconhece, mesmo porque foi de grande importância, a participação do Professor Mário Frota, que privava do respeito, consideração e amizade dos membros daquela comissão de alto nível.

Parece não pairar dúvida que o Código de Defesa do Consumidor, sem qualquer dissenso relevante, é uma das mais importantes elaborações legislativas dos tempos atuais. Entretanto, a despeito de sua importância como norma de conduta, importa saber de sua efetividade, de sua real aplicabilidade: por isso o questionamento inicial.

¹ Sempre procurei utilizar a nomenclatura portuguesa: Direito do Consumo em vez de Direito do Consumidor, por ser mais ampla e adequada.

² Desembargador jubilado do Tribunal de Justiça do Estado do Paraná. Foi Diretor Geral da ESEJE – Escola dos Servidores da Justiça Estadual, no período 2019/2020. É o atual Diretor da Revista Judiciária do Paraná. Formado em Direito pela Universidade Federal do Paraná, turma 1980, foi advogado militante e Diretor Penal da Penitenciária de Florianópolis-SC. Foi Promotor de Justiça do Estado de Santa Catarina. Concluiu a pós-graduação em - Direito do Estado pela UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina (1982) e em Direito da Comunicação e Estudos Europeus pela Universidade de Coimbra (2004). Especializou-se em Direito Público pela Escola da Magistratura do Paraná (2012) e concluiu o CAEPE - Curso de Altos Estudos de Política e Estratégia, na ESG - Escola Superior de Guerra, no Rio de Janeiro (2013). É o atual Vice-Presidente da ALJA – Academia de Letras José de Alencar e Presidente do OCP – Observatório da Cultura Paranaense.

³ No # 1 da RJP o Professor Mário Frota foi colaborador com o artigo: Direito do Consumo e Práticas Negociais, pág. 11.

Por certo houve avanços nestas últimas décadas, desde o surgimento no país da legislação consumeristas, mas, são modestos e, para se ser preciso, de pequena relevância, se considerarmos a avassaladora modalidades de artifícios e fraudes a curvar a retilínea disposição legal. Cito a “reduflação”, para ficarmos apenas num exemplo de “prateleira”⁴

Lamentável que o ingente esforço de tantos estudiosos, juristas, legisladores e aplicadores do direito, não tenha logrado, até o presente, um mais amplo e merecido avanço no trato das questões consumeristas, tanto para seus objetivos pessoais, como para os combalidos consumidores, vítimas de um complexo sistema de subterfúgios e do arraigado hábito de descumprir deveres, presente nas relações sociais.

Cabe neste ponto especial referência ao trabalho do Professor Mário Frota, ao meu ver o maior corifeu do Direito do Consumo, com intervenções de alto nível nos meios acadêmicos; mas, igualmente, através dos jornais, rádios e televisões e também por meio de suas brilhantes palestras. Seu trabalho e seus ensinamentos não se circunscrevem somente à Europa e à América Latina vez que, por seus alunos admiradores e seguidores, seu exemplo e as suas lições circulam de maneira global.

Dentre tantos outros meritoriosos estudiosos do Direito do Consumo, não me permito olvidar da Professora Cláudia Lima Marques que desenvolve um trabalho acadêmico brilhante e entre as ações sociais que exercita, se destaca seu envolvimento na seara legislativa, especialmente no que se refere ao “superindividamento”.⁵

Voltando ao foco: tem ou não tem importância o Direito do Consumo? É claro que tem. Não há dúvida que a especialização do Direito do Consumo vem a ser uma conquista social e provavelmente uma das maiores proteções jurídicas que se erigiu nas últimas décadas. Arrisco afirmar que o Direito do Consumo é atualmente a principal ferramenta de estabelecimento de um real e indiscutível avanço da cidadania.

Reconhecendo-se a importância do Direito do Consumo e a sua magnitude, porque então o questionamento inicial? Como já mencionado, a indagação refere-se à sua efetividade; como é sabido, pode-se ter a melhor norma e, ainda assim, não se ter uma satisfatória aplicabilidade. A meu ver é isto que ocorre com o Direito do Consumo, que de resto é o mesmo que ocorre presentemente com os demais ramos do direito.

⁴ Reduflação é uma estratégia comercial que consiste na redução do tamanho ou da quantidade de um produto, enquanto o preço permanece o mesmo ou aumenta. A reduflação pode afetar significativamente o consumidor, especialmente no caso de produtos alimentícios e de higiene pessoal.

⁵ Para a jurista e professora Claudia Lima Marques, o superendividamento é um fenômeno social, econômico e jurídico que afeta a dignidade humana e a sobrevivência do consumidor.

Tradicionalmente a efetividade da aplicação do direito estava vinculada à elaboração da norma – legislativo; fiscalização de sua observância – executivo; e à fixação de sua correta aplicação – judiciário. Agora, além destas, a “globalização das relações comerciais” traz questões com maiores complexidades e como se observa, nem sempre em prol de uma melhor relação consumerista.

Por certo, não se tem por objetivo adentrar-se nesta complexa e multifária universalidade de relações; mas, basta aludir à impessoalidade das contratações, à descentralização de atendimento às reclamações e às propositais dificuldades de acesso aos meios de soluções aos conflitos.

Impera uma impessoalidade alienante, tanto na contratação como nos demais desdobramentos da relação consumerista; costumeiramente o usuário é instado a concordar com os termos contratuais, mas, se discordar encerra-se a negociação. Essa é a prática usual e não só empresarial, mas, igualmente praticada pelos órgãos públicos; a automatização generalizou-se sempre de forma prejudicial ao consumidor.

No passado recente havia a preocupação em proteger o consumidor das técnicas de mercantilização; é para isso que corretamente se instituiu o prazo de devolução do produto⁶; norma, todavia vigente; mas, presentemente o consumidor está sujeito a complicados algoritmos que permitem ao fornecedor saber das intenções e desejos mais íntimos de praticamente todos aqueles que estejam utilizando as “redes”, o que desequilibra sobremaneira a relação.

Certamente, como se sabe, esta é uma prática antiga; há mais de duas décadas a CAMBRIDGE ANALITICA foi acusada de roubar dados de 50 milhões de usuários das redes de comunicação. Dados que teriam influenciado a eleição americana.

Se isto vem se tornando de amplo domínio agora, nenhuma novidade havia já que SOLOVE, Daniel, J.⁷ nos informava *in* “The Digital Person and The Future of Privacy” que: “A companhia CATALINA DE MARKETING com sede na Florida possuía, já então, um banco de dados com histórico de mais de 30 milhões de clientes em mais de 5000 lojas.”

PRISM – Prism é um programa de vigilância americano da NSA que é usado para coletar dados que foi mantido em segredo desde 2007 até 2013 quando foi revelado por Edward

⁶ O artigo 49 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece que o consumidor tem um prazo de 7 dias para desistir de uma compra realizada fora do estabelecimento comercial. Esse direito aplica-se a compras feitas por telefone, online ou por outras formas não presenciais.

⁷ Strandburg, Katherine et Raicu, Daniela Stan in *Privacy and Technologies of Identity – A Cross-Disciplinary Conversation*; Springer, 2006.

Snowden. MOSAICO – Mosaico é um programa utilizado pela ABIN que coleta dados de usuários do facebook (Meta), twitter, Instagram e Whatsapp.

Evidentemente, nada disso é recente e, de fato, por demais consabido; a alusão é para que seja percebida a dimensão dos avanços já então alcançados pelos fornecedores, que se avolumou nestes anos e que se projeta gigantescamente com as impressionantes possibilidades que é facultada pela inteligência artificial.

As transações feitas pelas redes vêm se avolumando num crescente de forma global, sendo a China considerada o país com o percentual mais elevado de transações pelas redes. O gráfico mundial aponta uma curva quase retilínea, ou seja, o crescimento vem se mantendo nos mesmos índices na última década e se projeta para a próxima de igual forma.⁸

De maneira muito sucinta e com apoio em poucos elementos, até porque é desnecessário muito mais, este é o quadro que representa o atual momento e sua projeção para o futuro das relações de consumo.

As *big techs* são tão poderosas que representam ameaças reais até mesmo a muitos Estados Nacionais; suas sedes são móveis e sediadas em mais de um país; seus interesses abrangem desde o controle social dos cidadãos, até seus mais íntimos modos de vida. A população da grande maioria dos países está sujeita aos medicamentos e equipamentos médicos (para aludir apenas a um seguimento) produzido por grandes conglomerados empresariais, usualmente associados a interesses econômicos comuns.

Inexiste qualquer dúvida que muitos Estados Nacionais não estão habilitados ou, ao menos, são pouco habilitados a fazer face a desmandos de qualquer ordem; e, em alguns casos, parece não haver qualquer interesse em obstar o curso dos acontecimentos.

Muito bem. Isto posto, e não vejo como possa haver divergência de que este é o caso, específico: O consumidor vem reiteradamente sendo sujeito de descumprimento das disposições legais que deveriam protegê-lo e tampouco são funcionais os mecanismos legais que deveriam socorrê-lo. E mais, o futuro se apresenta com indícios veementes de que os abusos e desmandos tendem a crescer.

Há só uma maneira de enfrentar o problema da proteção do consumidor. Continuar o que vem sendo feito, por todos aqueles que se dedicam seriamente ao estudo e à prática do Direito do Consumo.

⁸ <https://www.statista.com/statistics/379046/worldwide-retail-e-commerce-sales/> - Para citar apenas um dado, já que a matéria não é contraditória.

E, certamente, melhores resultados serão obtidos se forem utilizados os meios informáticos existentes, como forma de atingir e conscientizar o consumidor, os fornecedores e as autoridades responsáveis.

Naturalmente é preciso que haja seriedade no trato da matéria, é preciso solidificar as instituições e para isso é preciso amadurecer o consumidor, levando-o a crer que é verdadeiramente senhor de seus direitos; para que compreenda que os seus inalienáveis direitos/deveres são os elementos de constituição de sua cidadania.