

As Associações Civas e a Defesa do Consumidor na Execução da Política Nacional de Relações de Consumo

Citation for published version (APA):

Marcos, H., Almeida Neto, L. M. D., & Félix, H. M. A. (2020). As Associações Civas e a Defesa do Consumidor na Execução da Política Nacional de Relações de Consumo: Ações de Educação e de Informação. In F. G. Alves, J. M. V. Gardeta, & Y. M. D. A. Xavier (Eds.), *Defesa administrativa do consumidor* (1 ed., pp. 167-194). [7] Polimatia.

Document status and date:

Published: 01/01/2020

Document Version:

Accepted author manuscript (Peer reviewed / editorial board version)

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

***AS ASSOCIAÇÕES CIVIS E A DEFESA DO CONSUMIDOR NA
EXECUÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE RELAÇÕES DE
CONSUMO: AÇÕES DE EDUCAÇÃO E DE INFORMAÇÃO***

*Luiz Mesquita de Almeida Neto*¹

*Henrique Jerônimo Bezerra Marcos*²

*Hiago Marcelo Arruda Félix*³

Dados de Referência:

ALMEIDA NETO, Luiz Mesquita de; MARCOS, Henrique Jerônimo Bezerra, FÉLIX, Hiago Marcelo Arruda. As Associações Civis e a Defesa do Consumidor na Execução da Política Nacional de Relações de Consumo: Ações de Educação e de Informação. In: ALVES, Fabrício Germano; GARDETA, Juan Manuel Velázquez; XAVIER, Yanko Marcus de Alencar (Org.). **Defesa Administrativa do Consumidor**. 1ª ed. Natal: Polimatia, 2020, pp. 167-194.

(ISBN: 978-65-990858-2-6)

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho se dedica ao ramo do Direito do Consumidor, mais especificamente no tocante ao estudo da relação jurídica de consumo, em uma análise interdisciplinar entre a Teoria do Direito tradicional e as disposições jurídicas aplicáveis ao ramo jurídico acima apontado. O objeto de pesquisa fundamental consiste no papel das associações civis, notadamente quanto a seu papel nas ações de educação e informação associadas à superação de vulnerabilidades do consumidor, particularmente no contexto da situação do consumidor de serviços financeiros.

¹ Mestre em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), na linha de concentração em Direito Econômico. Especialista pela Faculdade Damásio em Direito Civil em Empresarial. Professor substituto na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

² Pesquisador e Doutorando em Fundamentos e Métodos do Direito pela Universidade de Maastricht (Maastricht University). Doutorando em Direito pela Faculdade de Direito do Largo de São Francisco da Universidade de São Paulo (USP). Mestre em Ciências Jurídicas pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Pesquisador do Núcleo de Estudos em Tribunais Internacionais (NETI – USP) no subgrupo de Direito da Integração.

³ Graduando no Curso de Direito, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Monitor do componente curricular Economia Política.

A problematização da pesquisa se relaciona com a análise das hipóteses de representação do consumidor no contexto da sociedade contemporânea, e as respectivas possibilidades que tal configuração representa para a superação de problemas sociais como a falta de organização comunitária no ambiente das sociedades de consumo.

O objetivo geral da pesquisa é apurar qual o papel das associações, no contexto do Direito do Consumidor, e quais as ações possíveis a tais entidades, sobretudo quanto à educação e informação do consumidor, para a superação de vulnerabilidades técnicas deste agente. Tal objetivo geral resta segmentado em correspondentes objetivos específicos, conforme a seguinte ordem de trabalhos, que fundamenta as seções adiante: *(a)* abordar a relação de consumo, em um aspecto interdisciplinar (entre a Teoria Geral do Direito e as disposições jurídicas vigentes sobre o tema) e definir o papel das associações civis em tal interação social; *(b)* abordar o papel das associações representativas de consumidores no contexto da formação de uma identidade para o consumidor e de um espaço comunitário e democrático para um debate e uma capacidade de organização social que busquem reduzir vulnerabilidades, e; *(c)* tratar da atuação de uma associação civil específica – o IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor) – no tocante às suas ações de educação e informação do consumidor quanto a um contexto específico de serviços financeiros.

Sedimentadas tais premissas, o problema central desta pesquisa pode ser expresso através da seguinte pergunta: qual o significado e a relevância da atuação das associações civis no contexto da efetivação dos direitos do consumidor, particularmente no contexto da formação de uma identidade em grupos de consumo?

Quanto a tal aspecto, a hipótese do estudo é de que a atuação das associações civis busca reduzir o desequilíbrio latente nas relações de consumo, revalorizando um exercício comunitário de cidadania, ao mesmo tempo em que importa na construção de conhecimentos e de informações no exercício de direitos por parte dos consumidores.

A metodologia utilizada pelo estudo é em geral indutiva, fundamentalmente a partir da coleta de dados através de pesquisa bibliográfica, eminentemente através da análise normativa e do confronto com doutrina especializada e pertinente sobre o assunto. Ao final do trabalho, é enfatizada a atuação específica de uma associação civil em particular (o IDEC), a partir da coleta de dados empíricos extraídos de seus relatórios anuais.

2 A RELAÇÃO DE CONSUMO E A REPRESENTAÇÃO COLETIVA DO CONSUMIDOR

A categoria científica “relação jurídica” não pode ser compreendida dissociada do gênero a partir do qual é pinçada – as relações sociais. Dentre as relações interpessoais em geral, existentes e perceptíveis a partir da experiência cognitiva e associativa que reflete o convívio social, em uma perspectiva *lato sensu*, o universo jurídico (enquanto fenômeno e experiência psicológica, filosófica, normativa e científica) apreende – por critérios que enunciam e constituem, seja por via de tradição ou de uma norma preestabelecida expressamente – dentro daquelas relações sociais as que compreendem seu objeto *stricto sensu*, as relações jurídicas. É um dado elementar na Ciência Jurídica a afirmação de que, por um lado, a relação jurídica (espécie) é a relação social (gênero) disciplinada pelo Direito, ou, por outro lado, também possível afirmar que a relação jurídica é a relação social que produz consequências jurídicas⁴.

O Direito apreende, contudo, uma determinada interação social (que precisa envolver, justamente pela sua interpessoalidade, ao menos dois polos) carregada de uma valoração a respeito de seu conteúdo e, em seguida, estatui um preceito normativo que busca a atribuição de faculdades ou prerrogativas a um indivíduo e a atribuição de um correspondente dever a outro. A tal dinâmica se dá o nome de *vínculo de atribuidade* (ou *vínculo de atributividade*), que consiste no processo pelo qual o Direito vincula dois polos em uma relação e atribui a essas

⁴ Cf.: CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. (p. 52).

partes papeis⁵, como por exemplo, e de maneira igualmente elementar, a correspondência entre as posições de credor e devedor, quanto a determinada prestação⁶. Essas percepções elementares, extraídas da Ciência do Direito em geral, são fundamentais para a noção de relação de consumo, uma vez que esta corresponde taxonomicamente a uma categoria de relações jurídicas.

O ramo do Direito do Consumidor é um empreendimento que busca assimilar (ou emprestar efeitos jurídicos) aos fatos e atos compreendidos em uma dinâmica social conhecida como mercado de consumo, e nesse procedimento reside nada mais que uma aplicação da técnica de estabelecimento de *factos jurídicos*⁷, que é a descrição de um fato selecionado pelo Direito cujas consequências jurídicas já estão (mais ou menos, dependendo do grau de abstração da norma) preestabelecidas para a sua hipótese de surgimento no meio social. A questão é: quais os critérios estabelecidos para que uma interação social seja reconhecida como uma relação de consumo?

A própria lei⁸ define que, para sua caracterização, é necessária a presença de critérios subjetivos (os polos devem estar ocupados por indivíduos que perfaçam a condição de fornecedor, de um lado, e de consumidor, do outro) e objetivos (a prestação envolvida na relação deve abarcar um produto ou um serviço). Uma vez presentes tais critérios, estar-se-á diante de uma relação de consumo. A grande nota característica advinda de tal cenário (ou seja, qual o grande debate por trás da adequação de uma relação a esta descrição legal) é exatamente o vínculo de atributividade que envolve uma relação de consumo. Sim, pois ao encampar tais interações do mercado de consumo, o Direito o faz de maneira valorativa, albergando princípios e regras que estão em linha com uma premissa que orienta todo o estudo e a aplicação do Direito do Consumidor, qual seja: a vulnerabilidade do consumidor. Uma vez assumida que uma relação é de

⁵ Cf.: REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2002. (pp. 217 – 220)

⁶ Cf.: VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. v. 2. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2013. (pp. 14 – 15)

⁷ Cf.: CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. (p. 53)

⁸ BRASIL. **Lei Federal nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 12 Set. 1990 (DOU). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em 27 Ago. 2019.

consumo, resta igualmente assentado que tal relação possui um polo vulnerável e hipossuficiente – o consumidor – que encontrará, na situação, um tratamento jurídico mais favorecido, em virtude justamente de sua posição hipossuficiente.

A vulnerabilidade do consumidor possui várias releituras (incluindo, também, a hipótese de consumidores que se apresentem como hipervulneráveis por ostentarem condição mais hipossuficiente que o consumidor em geral), mas se pode dizer, quanto ao mais essencial do tema, que são pelo menos três ordens básicas de vulnerabilidades, a saber: (a) vulnerabilidade técnica, jurídica, ou científica: encampa o fato de que o consumidor não possui o mesmo nível de conhecimento sobre os produtos ou serviços que constituem o objeto da relação, também sendo hipossuficiente quanto à noção jurídica dos direitos que lhe seriam favoráveis (a hipossuficiência sempre em cotejo com o outro polo da relação, ou seja, em comparação com o fornecedor, que obviamente possui *expertise* sobre os dados envolvidos, por interagir de maneira profissional e habitual naquela espécie de relação); (b) vulnerabilidade fática ou socioeconômica: traz à tona o fato de que, no mais das vezes (gerando assim uma presunção ao Direito), o consumidor não possui as mesmas condições materiais que o fornecedor, impactando de maneira negativa sua performance na interação com um outro lado mais realizado social e economicamente, e; (c) psíquica ou psicológica: trata do fato de que o consumidor, via de regra, vai ao mercado de consumo, diferentemente do fornecedor, por pressão de suas necessidades, ou influenciado por campanhas publicitárias, que lhe reduzem – tanto em um cenário como em outro – sua capacidade de melhor e livre escolha de serviços e produtos⁹.

É óbvio que a enunciação jurídica de tais vulnerabilidades leva em conta o conhecimento preestabelecido a respeito de temas como a globalização, a estruturação de mercados mundiais e a construção de uma sociedade de consumo, tal como já muito bem documentado por diversos autores ao longo do século XX. A compreensão desses temas deixa patente a posição de vulnerabilidade do consumidor em uma interação cotidiana com os seus fornecedores, para a aquisição de produtos e serviços que compõem o objeto (e obviamente o objetivo) da relação.

⁹ Cf.: CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. (p. 61)

O reconhecimento de tal posição de hipossuficiência leva o Direito a emprestar ao consumidor uma gama de direitos que lhe são favoráveis, e buscam na verdade equilibrar, em uma dinâmica de isonomia material, uma relação social que, dissociada da proteção jurídica, seria extremamente desigual ao consumidor.

Atento a tais apontamentos, o Código de Defesa do Consumidor – Lei nº. 8.078/1990¹⁰, CDC – imprime uma série de direitos ao consumidor, abrangendo disposições de direitos básicos (inclusive com impactos na relação processual que envolve os casos consumeristas), além de descrever um rol – não exaustivo, à toda evidência – de práticas abusivas que precisa ser observado pelos fornecedores, e um regramento minucioso – e mais ostensivo – de tutela contratual, entre tantos outros institutos que atentam para aparelhar o consumidor com meios legais de se defender no cenário do mercado de consumo. É também muito óbvio na legislação acima que tais direitos podem ser exercitados tanto judicial quanto extrajudicialmente pelo próprio consumidor.

Porém, ainda sim, a tutela supramencionada para tais direitos não é suficiente. Ocorre que, apesar do rol de direitos bem estabelecidos, favoráveis ao consumidor e aptos a ensejar uma efetivação de isonomia material para tal interação social, a tutela estatal (ainda que extrajudicialmente) revela-se não raro ineficiente – quando não deslegitimada – para a efetivação dos direitos previstos em abstrato, por um contexto metajurídico que circunscreve a concretização da norma.

Não obstante, sobretudo a partir da década de 60 do século passado, o que se tem observado é uma expansão do princípio de mercado, abrangido no pilar da individualidade, inserido no contexto da capacidade de regulação social. Para Celso Furtado, o capitalismo do Século XX, especialmente a partir do período compreendido entre as décadas de 50 e 70, pode ser definido como de “coordenação oligopolista e financeira”¹¹, em um sistema político designado por tal autor como “pós – nacional”. Sobre o pós nacionalismo, aliás, em lição correspondente a tal referencial teórico, Hannah Arendt observa que se trata de um movimento político

¹⁰ BRASIL. **Lei Federal nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 12 Set. 1990 (DOU). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso em 27 Ago. 2019.

¹¹ Cf.: FURTADO, Celso. **Economia do desenvolvimento: curso ministrado na PUC-SP em 1975**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2008. (pp. 175-182).

fundamentado na postulação expansionista e imperialista de grandes nações industrializadas do marco temporal também já referido, com visualização mais uniforme a partir do final do Século XIX, e início do Século XX¹².

O capitalismo desorganizado, de coordenação oligopolista e financeira, tipicamente imperialista e pós-nacional, consolidou-se em estratégia política, com mais evidência a partir da década de 70, do século passado, e, nesse arranjo estrutural de produção, o papel do Estado na vida política efetiva dos indivíduos perde relevância, capturado em diversas iniciativas de natureza privada e de escala global¹³.

Nesse contexto histórico e social, as categorias políticas de Estado e de cidadão se encontram em profunda dificuldade de significação. Difícil a compreensão dos seus sentidos e de seu alcance, uma vez que não é mais nessa relação que se percebe e se estimula a persecução de realizações pelo indivíduo, uma vez que estas se alocam (às vezes até por recomendação do próprio Estado, que por vezes reproduz a dinâmica acima flagrada, e estimula a ampliação ainda maior do princípio de mercado, às vezes, e por outro lado, também de forma pragmática e coerente – é bem verdade). Nem mais em comunidade. O fato é que essas figuras persistem (tanto o Estado quanto a noção de cidadania e o senso de comunidade permanecem, apesar de vergastados), e continuam sendo teoricamente indispensáveis para a estruturação lógica da vida em sociedade, mas efetivamente logram poucos resultados de ordem prática no cotidiano.

Em boa parte, as aspirações e objetivos de significação da identidade do ser humano em geral (sua visão de mundo, seus ambientes de realização, sua relação em sociedade) se encontram projetados em uma lógica de mercado globalizado, que transcende à realidade social do Estado em que vive, direcionados para organizações de cunho transnacional que já possuem o apelo político generalizado de serem efetivas e eficientes. A realidade social, local, a construção e a comunhão em um espaço público, ou comunitário, são hipóteses desdenhadas, ou desestimuladas, pelo indivíduo do Século XXI, que não encontra em tais interações

¹² Cf.: ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. (pp. 154 – 155)

¹³ Cf.: SANTOS, Boavenura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2008. (pp. 251-256).

nem mesmo a expectativa de alguma forma de realização concreta, em um fenômeno de idiosincrasia social flagrado, desde sua origem, pelo escritor norte americano Tom Wolfe, literário que noticia essa evolução econômica sob o prisma eminentemente antropológico, referindo-se à década de 80, do Século passado, como a “*Me decade*”¹⁴. Assim é que, concordando com Canclini, reproduz-se aqui excerto de sua obra, pela relevância junto ao tema:

(...). Junto com a degradação da política e a descrença em suas instituições, outros modos de participação se fortalecem. Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertencem e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses – recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos.

Num tempo em que as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polêmicas doutrinárias para o confronto de imagens (...). Se a burocratização técnica das decisões e a uniformidade internacional (...) reduzem o que está sujeito a debate na orientação das sociedades, pareceria que estas são planejadas desde instâncias globais inalcançáveis e que a única coisa acessível são os bens e as mensagens que chegam a nossa própria casa e que usamos “como achamos melhor”.¹⁵

Por outro lado, uma via transnacional, acessível de maneira individual, de suprimento de necessidades, básicas, materiais ou imateriais, e até supérfluas, por qualquer pessoa considerada indistintamente e, à sua livre comodidade até anonimamente, foi o que o mercado globalizado, de iniciativa privada, conseguiu fornecer no Século XXI. E tal realização deformou completamente o tecido social.

Portanto, tem-se que as faculdades da subjetividade do indivíduo, potencializadas por um constante e repetitivo exercício de suas liberdades de escolha no mercado de consumo, possibilitadas pelo capitalismo pós-nacional de

¹⁴ Cf.: WOLFE, Tom. **Décadas púrpuras (Purple Decades)**. Tradução: Luiz Fernando Brandão. Porto Alegre: L & PM Editores, 1989, *passim*. Em português, *Me Decade*, termo utilizado pelo autor na obra, seria algo como “A Década do Eu”, em tradução livre.

¹⁵ CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010. (pp. 29 – 30).

coordenação oligopolista e financeira, viabilizado pelo avanço científico e tecnológico, acarretou a expansão desmedida do princípio de mercado, e possibilitou um modo de vida marcado pela idiosincrasia social, ou, como dito em outra ocasião¹⁶, pelo narcisismo introspectivo e consumerista, onde o indivíduo não aspira à condição ou ao exercício da cidadania, porque lhe basta o título de consumidor.

Porém, se lhe basta individualmente para suas necessidades o exercício de suas faculdades no mercado de consumo, o desuso ou a subutilização das estruturas jurídicas e políticas destinadas à participação social tornam a realidade social do mercado de consumo um campo fértil para que o fornecedor exerça um papel de influência muito maior na relação jurídica que compõe o seu respectivo objeto.

Ocorre que, ainda que exerça seus direitos individualmente, tanto judicial quanto extrajudicialmente, e ainda que o Estado utilize de suas estruturas para pontualmente responsabilizar fornecedores em casos concretos de violação de direitos de consumidores, tal tutela é sabidamente insuficiente, uma vez que as formas legais de responsabilização dos fornecedores não são efetivas no sentido de fazê-los observar práticas comerciais saudáveis e condizentes com o respeito aos direitos consumeristas previstos, uma vez que há, reconhecidamente, formas de reduzir e gerenciar, ao longo dos anos e cadeias e ciclos produtivos, os impactos financeiros das sanções jurídicas daí advindas, de maneira tal que as formas de responsabilização previstas na legislação possuem pouca aptidão para demover os fornecedores de suas práticas comerciais mais nocivas e comezinhas¹⁷. Além do mais, a própria jurisprudência nacional contemporânea vem paulatinamente reduzindo e precarizando institutos jurídicos de responsabilização, como a indenização por danos morais, com figuras extraídas da praxe e de orientação intuitiva, falaciosa ao exame empírico, como a figura do “mero aborrecimento”¹⁸.

¹⁶ Cf.: SANTOS, Boavenura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2008. (pp. 255 – 256)

¹⁷ Cf.: MENEGUIN, Fernando B. **As indenizações por danos morais nas relações de consumo sob a ótica da análise econômica do Direito**. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, n. 61, pp. 255-285, jul./dez., 2012. (pp. 271 – 273).

¹⁸ VERBICARO, Dennis; PENNA E SILVA, João Vitor; LEAL, Pastora do Socorro Teixeira. **O mito da indústria do dano moral e a banalização da proteção jurídica do consumidor pelo judiciário brasileiro**. Revista de direito do consumidor (RDC), São Paulo – Editora Revista dos Tribunais –, a. 26, vol. 114, pp. 75-99, nov./dez., 2017. (pp. 90 – 96)

Ou seja, apenas a responsabilização do fornecedor, através da imposição de sanções pelo descumprimento de deveres preestabelecidos, ou pelo fato de haver causado danos ao consumidor, seja tal responsabilização empreendida na esfera judicial ou extrajudicial, não gera a proteção jurídica nem a efetivação de direitos necessários à tutela da situação concreta dos consumidores.

Atenta a considerações dessa natureza, a ONU (Organização das Nações Unidas) editou, em 1985, a Resolução nº 39/248 que, dentre outras disposições, reconhece a vulnerabilidade do consumidor na relação de consumo, mas sobretudo no sentido de estabelecer um compromisso dos Estados para a formulação de políticas públicas¹⁹ que implementem a defesa desse consumidor vulnerável e hipossuficiente em grupos que estejam, de um lado, aptos a representá-lo e, de outro, possuam capacidade organizativa para de fato fazer oposição aos interesses dos fornecedores. Assim é que um dos objetivos declarados em tal documento é exatamente o de facilitar o desenvolvimento de grupos de consumidores independentes (item 1, letra “e”, do anexo à mencionada Resolução).

A partir de tais premissas, e de fato materializando o compromisso internacional assumido no documento jurídico acima exposto, o CDC, em seu Artigo 4º, define a abordagem estatal da questão a partir da adoção de políticas públicas²⁰, ressaltando assim o caráter programático, engajado e efetivo, para a ação do Estado, com a colaboração da sociedade, para a realização de tais direitos consumeristas, reconhecendo também neste ponto a insuficiência da responsabilização do fornecedor, mas definindo que o Estado precisa agir para estabelecer um conjunto programático de iniciativas que de fato realizem tais direitos no cotidiano da sociedade de consumo. O primeiro princípio, sobre o qual resta apoiado o Plano Nacional de Relações de Consumo, é exatamente o “reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo” (Artigo 4º, I, CDC).

¹⁹ ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Resolução A/RES/39/248**. Relativa à proteção do consumidor (*Consumer Protection*). 16 abr. 1985. Disponível em: <https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>. Acesso em 23 jul. 2019.

²⁰ De maneira sintética, a proeminente autora Maria Paula Bucci define políticas públicas como “programas de ação governamental visando coordenar os meios à disposição do Estado e as atividades privadas, para a realização de objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados”. Cf.: BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002. (p. 241).

A própria legislação consumerista, enfim, ainda no mesmo Artigo 4º do CDC, acomete à esfera estatal, quanto às ações governamentais previstas para a realização de tais políticas públicas, a função administrativa de fomento relacionada a associações representativas de consumidores (que se repete, entre os princípios e os instrumentos legais adotados na Política Nacional de Relações de Consumo, respectivamente, nas disposições legais constantes do Artigo 4º, II, *b*, e Artigo 5º, V, sempre do CDC), para que garantam estímulos e incentivos a associações representativas de defesa do consumidor.

Regulamentando tais disposições legais, o Decreto nº 7.963²¹ reconhece a relevância da temática, inclusive a partir da autodenominação de que se trata ali de um Plano Nacional de Consumo e Cidadania, demonstrando a relevância da interseção temática aqui explorada. Tal diploma jurídico assevera, mais uma vez, como uma das diretrizes do referido plano, o “fortalecimento da participação social na defesa dos consumidores” (Artigo 2º, V), não obstante a regulamentação seja muito incipiente quanto aos delineamentos da função administrativa de fomento flagrada no Código de Defesa do Consumidor linhas acima.

Portanto, percebe-se que a ressignificação da condição do consumidor no âmbito da condição de cidadania, revalorizada a partir da capacidade de organização, através de associações de representação de consumidores, é fundamental para o estabelecimento de uma defesa efetiva de seus interesses, assim como o estabelecimento de políticas públicas – ao lado das tradicionais formas de responsabilização judiciais ou extrajudiciais dos fornecedores – afigura-se também vital para a tutela dos direitos materiais estabelecidos na legislação consumerista²².

O ordenamento jurídico demonstra palidamente o reconhecimento da temática e da problemática exposta linhas atrás, acerca das limitações de um modelo de sociedade de consumo pautado por consumidores atomizados, dissociados de uma cultura comunitária. Porém, muito mais do que analisar tais disposições

²¹ BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº. 7.963, de 15 de março de 2013**. Institui o Plano Nacional de Consumo e Cidadania e cria a Câmara Nacional das Relações de Consumo. Brasília, DF, 15 Mar. 2013 (DOU). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm. Acesso em 27 Ago. 2019.

²² VERBICARO, Dennis. **A Política Nacional das Relações de Consumo como Modelo de Democracia Deliberativa**. Revista Jurídica da presidência, Brasília – e –, vol. 19, n. 119, pp. 534 – 559, out. 2017 / jan. 2018.

legais, importa destacar, a partir da seção adiante, a relevância do papel das associações representativas em tal contexto, para a criação dessas noções de identidade e de deliberação democrática em uma sociedade de consumo.

3 O PAPEL DAS ASSOCIAÇÕES REPRESENTATIVAS NA CONSTRUÇÃO DE UMA IDENTIDADE PARA O CONSUMIDOR BRASILEIRO

Alguns posicionamentos mais incisivos indicam que o neoliberalismo em si não comporta a cidadania.²³ As democracias neoliberais não seriam campos férteis o suficiente para o surgimento de cidadãos democraticamente engajados, mas apenas celeiro para gestação de “cidadania do consumo”: uma classe de *consumidores-cidadãos* ao invés de *cidadãos-consumidores*. A diferença semântica reflete a categoria preponderante. A circunstância definidora do indivíduo torna uma unidade;²⁴ sem consumo como circunstância, o caráter de cidadão se perde.

Deste modo, os indivíduos instrumentalizam sua cidadania através do consumo; são cidadãos porque consomem, quem não consome ou não tem poder econômico suficiente para consumir, não seria cidadão ou, ao menos, não seria tão cidadão quanto quem pode consumir. Nesta progressão, quanto mais se consome mais cidadão é. Os marginalizados, por sua vez, não possuem pretensões democráticas de atuação política para reformular o cenário. Desejam, lutam e reivindicam a cidadania apenas para também serem dignos de consumir.

É neste contexto de identidade através do consumo que se pode enxergar uns dos fatores contributivos para a discriminação sistemática, estruturada e direcionada em face de pessoas que (muitas vezes além do histórico étnico-racial), são marginalizados econômicos. Se o Mercado é o local onde se exercita a cidadania (isto é, através do consumo que alguém é cidadão) a periferia e seus habitantes por não formarem Mercado, vivem à sua margem e, nesta

²³ CHOMSKY, Noam. **Profit Over People: Neoliberalism and Global Order**. New York: Seven Stories Press, 1999, *passim*.

²⁴ ORTEGA Y GASSET, Jose. **Meditaciones Del Quijote**. Madrid: Publicaciones de la Residencia de Estudiantes, 1914, *passim*.

circunstância, não existem (ou não deveriam existir).²⁵ Ao reivindicar sua condição ontológica de indivíduos dotados de “direito de consumir”, quebram o equilíbrio fantasioso do paraíso consumista estético onde o desigual não tem vez:

Exemplo do fenômeno foi a invasão pacífica de um shopping center de classe média no Rio de Janeiro por um grupo de sem-teto. A invasão teve o mérito de denunciar de maneira dramática os dois brasis, o dos ricos e o dos pobres. Os ricos se misturavam com os turistas estrangeiros mas estavam a léguas de distância de seus patrícios pobres. Mas ela também revelou a perversidade do consumismo. Os semteto reivindicavam o direito de consumir. Não queriam ser cidadãos mas consumidores. Ou melhor, a cidadania que reivindicavam era a do direito ao consumo, era a cidadania pregada pelos novos liberais. Se o direito de comprar um telefone celular, um tênis, um relógio da moda consegue silenciar ou prevenir entre os excluídos a militância política, o tradicional direito político, as perspectivas de avanço democrático se vêm diminuídas. As duas experiências favorecem, a cultura do consumo dificulta o desatamento do nó que torna tão lenta a marcha da cidadania entre nós, qual seja, a incapacidade do sistema representativo de produzir resultados que impliquem a redução da desigualdade e o fim da divisão dos brasileiros em castas separadas pela educação, pela renda, pela cor.²⁶

Na contemporaneidade, consumir é elemento nuclear da condição humana. Reconhecer esta ligação, no entanto, não é o mesmo que julgá-la favorável ou eticamente adequada. É observação de ocorrência concreta: a condição de consumidor antecede quase toda as demais e, ao consumir, o homem é definido individual e coletivamente.²⁷ Diante disso, aos que adotam linhas teóricas mais comedidas, resta propor uma releitura da própria condição de cidadão para que neste conceito poroso sejam incorporadas as exigências que consubstanciam a identidade de consumidor.

²⁵ MARICATO, Ermínia. As Ideias Fora de Lugar e o Lugar Fora de Ideias. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando Consensos**. 8. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2016.

²⁶ CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: O Longo Caminho**. 11^a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. (pp. 228-229).

²⁷ GABRIEL, Yiannis; LANG, Tim. **The Unmanageable Consumer**. 2. ed. London: Sage Publications, 2006. (p. 1).

No entanto, apesar da centralidade identitária, no palco mercadológico, o consumidor é um coadjuvante (isto quando compõe o elenco). No cenário tradicional, as relações de consumo – que se confundem com as relações civis corriqueiras – são enxergadas como naturalmente equilibradas em razão do suposto poder de barganha dos agentes envolvidos na transação comercial. No entanto, conforme mencionado, a partir do Século XX surge um novo modelo que é a sociedade do consumo em massa (*mass consumption society*).²⁸ Nesta conjuntura, a condição do sujeito deixa de refletir uma visão neutra, individual e momentânea da posição contratual que ocupa (contratante, cliente, comprador) para se confundir com seu estamento social e identidade de consumidor.²⁹

No modelo econômico vigente, a produção é planejada e instrumentalizada pelo fabricante (unilateralmente ou em lateralização exclusiva com outros fornecedores) para que seus frutos sejam ofertados aos indivíduos que se prestam a adquiri-los.³⁰ Não há mais a suposta abertura negocial entre consumidores e fornecedores; na desigualdade econômica, a relação de consumo é verticalizada. Não existe espaço e nem locutores dispostos (ou capazes) de ouvir as propostas individualizadas do consumidor.

O diálogo entre o futuro adquirente e o ofertante de determinado bem ou serviço, limita-se à informação de suas características técnicas e o preço (pré-determinado). Em regra, o único elemento aberto à construção dialética é a escolha da forma de pagamento dentro das hipóteses preestabelecidas pelo fornecedor. Se aproxima do absurdo conjecturar a hipótese de um consumidor individual ousar contraproposta às condições impostas por uma gigante como a “Samsung” ou “Apple”, barganhando preços ou sugerindo mudanças nas características do bem para que este melhor se adeque à sua necessidade particular. Ao consumidor basta aderir aos termos do fornecedor ou buscar outra oferta.

²⁸ GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. Introdução. In: GRINOVER, Ada Pellegrini; et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto - Vol. 1**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011. (p. 4).

²⁹ BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcellos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010. (pp. 29-30).

³⁰ RIZZATTO NUNES, Luis Antonio. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009. (p. 4).

É a partir deste panorama de hipossuficiência que surge o atrativo do associativismo consumerista. Exercício que compartilha muito de seus elementos com o cooperativismo, movimento social resultante do liberalismo econômico do Século XIX que buscava formas alternativas para melhorar a vida da classe trabalhadora. As cooperativas funcionam através de associações com fins econômicos organizadas através de bases democráticas inspiradas nos “Princípios de Rochdale”. Seu traço marcante é se apresentar como movimento reformista, isto é, não-revolucionário, e, deste modo, define-se como uma alternativa *no* sistema (e não uma alternativa *ao* sistema).³¹

Segundo o cooperativismo dirigido pelos representantes da “Escola de Nîmes”, os consumidores deveriam se reunir em cooperativas de consumo, apropriando-se dos benefícios das relações comerciais empresariais; dentre outros, a possibilidade de negociação paritária com os fornecedores. A Escola propõe outras medidas; dentre as quais, se destaca a própria reorganização do modelo econômico a partir das cooperativas de consumidores que deveriam se aparelhar para progressivamente substituir as funções exercidas pelos fornecedores, mantendo, todavia, seus princípios de gestão democrática.³²

Para os efeitos do presente, no entanto, se destaca o apelo à capacidade paritária de negociação. Isto é, à semelhança das cooperativas, é possível que os consumidores associados, afastando-se de uma atuação individualizada, sejam capazes de apresentar seus interesses *vis-à-vis* com os fornecedores através de uma força encontrada na mobilização coletiva. Opondo-se à tutela individualizada de interesses que, em razão da pulverização de medidas, enfatiza a desigualdade fornecedor-consumidor (e, portanto, possui pouca influência na questão macro), a atuação coletiva busca equiparar ou, ao menos, aproximar o vigor (público, jurídico e econômico) das partes.

Como já apontado, no regime jurídico consumerista brasileiro, o incentivo à criação e desenvolvimento de entidades civis de defesa do consumidor

³¹ Cf.: COSTA, Luciano de Souza. **O Cooperativismo: Uma Reflexão Teórica**. Ciências Sociais em Perspectiva, vol 6., n. 11, 2017. (p. 61).

³² LOSANO, Mario G. La Cuestión Social y el Solidarismo Francés: Actualidad de una Antigua Doctrina. In: LOSANO, Mario G. (Ed.). **Solidaridad y Derechos Humanos en Tiempos de Crisis**. Madrid: Librería-Editorial Dykinson, 2011. (p. 25).

está previsto, em especial, nos Artigo 4º, II, *b*, e Artigo 5º, V, ambos do CDC. Nestes termos, as associações de defesa do consumidor são integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) contribuindo para que o rol não seja composto exclusivamente por entidades estatais.

As associações civis são legitimadas ativas para ingressar com quaisquer das medidas do microssistema de demandas coletivas, isto é, ações para defesa de direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos (ainda que o mais corriqueiro seja sua atuação nos últimos dois casos). É neste sentido o Artigo 82, IV, do CDC e Artigo 5º, V, da Lei de Ação Civil Pública (Lei n.º 7.347/1985).

Não obstante, é preciso apontar para a exigência legal de que, para poderem ajuizar as demandas coletivas, é necessário que *(i)* as associações civis estejam regularmente constituídas há ao menos um ano e *(ii)* que prevejam em seus fins institucionais a proteção dos direitos e interesses consumeristas. Não obstante, o requisito da pré-constituição poderá ser dispensado nas hipóteses de manifesto interesse social caracterizado pela dimensão ou característica do dano assim como a relevância do bem jurídico a ser protegido (Artigo 5º, V, *a e b*, e §4º, do CDC).

A princípio, tais requisitos poderiam funcionar como obstáculos ao exercício da tutela consumerista pelas associações civis. A este respeito, todavia, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) já teve oportunidade de decidir em caso concreto que o requisito da pré-constituição é dispensável em ação coletiva para prestação de informações ao consumidor sobre existência de glúten em alimentos.³³ Outrossim, a Corte já pronunciou entendimento em que reconhece a possibilidade de que o prazo temporal seja cumprido durante o curso do próprio processo.³⁴ Com

³³ “[...] 1. Trata-se de Ação Civil Pública com a finalidade de obrigar a parte recorrida a veicular no rótulo dos alimentos industrializados que produz a informação acerca da presença ou não da proteína glúten. 2. É dispensável o requisito temporal da associação (pré-constituição há mais de um ano) quando presente o interesse social evidenciado pela dimensão do dano e pela relevância do bem jurídico tutelado. (REsp 1.479.616/GO, Rel. Ministro Ricardo Villas Bôas Cueva, Terceira Turma, julgado em 3/3/2015, DJe 16/4/2015). 3. É fundamental assegurar os direitos de informação e segurança ao consumidor celiaco, que está adstrito à dieta isenta de glúten, sob pena de graves riscos à saúde, o que, em última análise, tangencia a garantia a uma vida digna. 4. Recurso Especial provido.” BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Segunda Turma. **Recurso Especial (RESP) 1600172/GO – Goiás**. Relator: Ministro Herman Benjamin. Julgado em 15/09/2016, publicado em 11/10/2016. Brasília, 2016.

³⁴ “Processo civil. CDC. Recurso especial. Ação civil pública. Tempo mínimo de constituição da associação. Legitimidade ativa. - Nos termos da legislação consumerista, a associação legalmente constituída há pelo menos um ano tem legitimidade para promover a defesa coletiva dos interesses do consumidor. - Em observância aos princípios da economia processual e efetividade da jurisdição, deve ser

esta interpretação jurisprudencial, se instrumentaliza a tutela coletiva através das entidades civis, densificando seu papel em defesa dos consumidores.

Por outro lado, em outra oportunidade, o mesmo STJ já decidiu que, na hipótese de dissolução da associação que ajuizou a ação civil pública, não é possível sua substituição no polo ativo por outra entidade civil associativa. Tal entendimento persistiria ainda que os interesses discutidos sejam comuns às duas entidades. O caso concreto envolveu o Instituto Mineiro de Políticas Sociais e de Defesa do Consumidor (POLISDEC) que requeria a integração no feito na qualidade de demandante em substituição à Associação Nacional dos Consumidores de Crédito (ANDEC) que estava em processo de extinção por convenção em Assembleia. O STJ entendeu que a possibilidade de assunção do polo ativo por outro legitimado não se aplicaria às associações por impossibilidades representativas porque, dentre outras razões de cunho processual, “[...] a nova associação, que pretende assumir a titularidade do polo ativo da subjacente ação civil pública, não detém qualquer autorização para representar os associados do ente associativo demandante [...]”.³⁵ Diante do desinteresse do Ministério Público em prosseguir com o feito, este foi extinto sem julgamento do mérito.

Nesta acepção é de se observar que o anteprojeto que originou a Lei de Ação Civil Pública, inspirada no modelo estadunidense, exigia que o Judiciário, em cada caso concreto, realizasse um juízo de representatividade adequada (*adequacy of representation*) daquela associação em face da demanda proposta, ou seja, uma análise de legitimidade. Na norma publicada, entretanto, o legislador optou por indicar apenas os dois requisitos mencionados acima, exigindo, portanto, apenas a prévia declaração de finalidade institucional no estatuto da entidade. Existe, deste modo, uma presunção geral de legitimidade das associações civis.

Não obstante, tal presunção é relativa (*juris tantum*) o que quer dizer que pode ser superada através de prova em contrário. Assim, é válido ao juiz, de

reconhecida a legitimidade ativa da associação que complete um ano de constituição durante o curso do processo. Recurso especial não conhecido.” BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **Recurso Especial (RESP) 705469/MS – Mato Grosso do Sul**. Relator: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em 16/06/2005, publicado em 01/08/2005. Brasília, 2005.

³⁵ BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **Recurso Especial (RESP) 1405697/MG – Minas Gerais**. Relator: Ministro Marco Aurélio Belizze. Julgado em 17/09/2015, publicado em 08/10/2015. Brasília 2015.

ofício, em controle de idoneidade, analisar a legitimidade associativa consubstanciado no poder geral para prevenir e reprimir atos atentatórios à “dignidade da justiça” (Artigo 139 do Código de Processo Civil). Foi assim o entendimento do STJ que decidiu que, na hipótese de amplitude excessiva do estatuto da associação civil, o juiz pode entender por ilegitimidade ativa e extinguir o processo. De acordo com o Tribunal, embora a finalidade da associação possa ser ampla, ela não deve ser “desarrazoada” sob pena de se admitir a criação de uma associação civil para defesa de qualquer interesse o que, na visão do STJ, desnatura a exigência de representatividade adequada do grupo lesado. Exige-se, portanto, pertinência temática, compreendida como a adequação entre o objeto da ação e a finalidade institucional.³⁶

Sem adentrar no mérito deste julgado em particular, é preciso ressaltar que a atuação do Judiciário em reconhecer a ilegitimidade ativa das entidades civis deve se dar em exercício de profunda ponderação decisional. Sem ignorar os potenciais abusos e simulacros associativos, a esqueletização da atuação das entidades civis por censuras judiciais é um risco que, caso concretizado, prejudica não só a sociedade, contribui também com a sedimentação do mecanismo estatal como único instrumento apto para a tutela dos interesses consumeristas que, por sua vez, concorre em avolumar os encargos das já atafulhadas Defensorias e Ministérios Públicos brasileiros conforme já apontado em pesquisa anterior.³⁷

A respeito da relevância da participação instrumental da sociedade civil no processo de democratização da Política Nacional das Relações de Consumo, Verbicaro defende o reforço de seu alcance “trilateral”. Interpretando os Artigos 4º e 5º do CDC, o autor reconhece que estes dispositivos vão além de uma função meramente programática, objetivam integrar através de uma rede de diálogos o Estado, os fornecedores e os cidadãos-consumidores.³⁸ Tal atividade contribui com a

³⁶ BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Primeira Turma. **Agravo Regimental no Recurso Especial (AgRg no RESP) 901936/RJ – Rio de Janeiro**. Relator: Ministro Luiz Fux. Julgado em 16/10/2008, publicado em 16/03/2009. Brasília, 2009.

³⁷ MARCOS, H.J.B. **O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor no Combate às Práticas Abusivas**. Monografia (Curso de Direito) – Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ): João Pessoa, 2012.

³⁸ VERBICARO, Dennis. **A Política Nacional das Relações de Consumo como Modelo de Democracia Deliberativa**. Revista Jurídica da presidência, Brasília – e -, vol. 19, n. 119, pp. 534 – 559, out. 2017 / jan. 2018. (pp. 540-541).

emancipação cívica a partir de uma medida de cunho procedimentalista, ou seja, a cidadania que surge do processo de construção do objeto democrático, ao invés de um desejo de povo garantido de modo messiânico pelo cetro estatal.

Através da leitura da norma posta, se percebe que o ordenamento nacional possui moldura propícia para a fertilização destas iniciativas democráticas. Ao menos em teoria, a Política Nacional das Relações de Consumo fornece os instrumentos necessários para deliberação direta dos cidadãos-consumidores através de medidas não só judiciárias, mas também de cunho administrativo e, inclusive, informal através da constituição de grupos de pressão capazes de influenciar a mudança voluntária do comportamento dos fornecedores.³⁹

De modo concreto, desde a promulgação do CDC, o Brasil já evoluiu bastante, incorporando tais ferramentas através de algumas associações que se destacam, tal como o próprio IDEC ou o Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor (BRASILCON). No entanto, ao se comparar a prática nacional com a de outras latitudes, tal como a dos Estados Unidos da América – que possui entidades associativas especialmente voltadas para os mais diversos segmentos consumeristas – se percebe o quanto o Brasil pode evoluir nesta questão.

4 O IDEC E AS AÇÕES DE EDUCAÇÃO E INFORMAÇÃO NO AUXÍLIO DOS CONSUMIDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

Como desdobramento da realidade exposta nos itens anteriores, foi realizado no presente estudo o levantamento de ações concretas efetivadas por uma associação civil de defesa de consumidores: trata-se aqui da atuação do IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor). Para delimitar o objeto de estudo da pesquisa, foi selecionada a área temática do Programa “Serviços Financeiros” juntamente a tal associação.

³⁹ VERBICARO, Dennis. **A Política Nacional das Relações de Consumo como Modelo de Democracia Deliberativa**. Revista Jurídica da presidência, Brasília – e -, vol. 19, n. 119, pp. 534 – 559, out. 2017 / jan. 2018. (pp. 540-541).

Como justificativa para tal escolha, verifica-se que um dos grandes dilemas do mercado de consumo reside justamente no endividamento do consumidor brasileiro. A Confederação Nacional do Comércio registra que, atualmente (Data do levantamento registrado para Julho de 2019), 64,1% das famílias brasileiras se encontram com dívidas. O resultado, aliás, representa a sétima alta consecutiva no índice, configurando o maior patamar desde julho de 2013. Veja-se que o patamar demonstra uma forte elevação, pela qual se percebe que o mesmo levantamento, no mesmo período, do ano passado, ostentava o percentual registrado em 59,6% para o mesmo índice, evidenciando, assim, uma evolução para os atuais 64,1% no prazo de um ano⁴⁰. É dizer: o índice não só é alto, como também continua em aumento.

O grande causador do endividamento das famílias brasileiras – tanto quanto é registrado na doutrina internacional⁴¹ – é um dado econômico muito bem conhecido: a evolução e o avanço do fornecimento de serviços financeiros diretamente ao consumidor, de forma ostensiva e não sustentável.

Essa evolução, aliás, é muito bem documentada no caso brasileiro, inclusive pelo banco de dados do Banco Central do Brasil (BCB), em seu sistema gerenciador de séries, pelo qual se verifica, em seu Tema 19882⁴², a evolução do comprometimento da renda das famílias brasileiras com obrigações oriundas do Sistema Financeiro Nacional. Em números atuais, registra-se que 44,31% da renda média das famílias brasileiras está comprometida com obrigações oriundas do Sistema Financeiro Nacional. Apenas para que se tenha uma noção do avanço do Sistema Financeiro Nacional no orçamento das famílias brasileiras, o registro do início da Série 19882 dava conta de que, em Janeiro de 2005 – quando se iniciou o levantamento –, o patamar de comprometimento da renda média das famílias brasileiras com o Sistema Financeiro Nacional era de 18,42%.

⁴⁰ Cf.: CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC)**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-julho-de>. Acesso em: 29 ago. 2019.

⁴¹ Cf.: LAPAVITSAS, Costas. **El capitalismo financiarizado: Expansión y crisis**. Trad: Diego Guerrero. Madrid: Maia Ediciones, 2009. (pp. 19-21).

⁴² Cf.: BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB). **Sistema Gerenciador de Séries Temporais (SGS)**. Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/telaCvsSelecionarSeries.paint>. Acesso em: 29 ago. 2019.

Ou seja, no Brasil a oferta de crédito ultrapassa e suplanta o aumento do nível de renda do brasileiro⁴³, a ponto de a razão ir paulatinamente aumentando o nível de comprometimento geral da renda média das famílias em geral, de tal forma que é preciso capacitar o consumidor brasileiro para lidar com uma oferta abundante – porém também extremamente arriscada, dado o risco que acompanha naturalmente essa modalidade de negócio⁴⁴ – de serviços financeiros.

Em tal contexto, o IDEC divulga que suas ações, na área temática de Serviços Financeiros, restam segmentadas em três partes⁴⁵: uma primeira parte, denominada de “estudo e pesquisa sobre práticas bancárias” (ou monitoramento do setor bancário), e; uma segunda parte, denominada “participação em fóruns técnicos e políticos”, pelo que se nota que neste conjunto de ações – estabelecido por estas duas primeiras partes de ações – o objetivo é contribuir para a construção e o aprimoramento de políticas públicas e regulações que reduzam os riscos a que o consumidor está sujeito na contratação de crédito.

Obviamente, percebe-se desse primeiro conjunto de iniciativas, a busca da associação por incrementar a representação de consumidores na relação de consumo envolvendo serviços financeiros, bem como uma tentativa de “trilateralizar”, tal como visto nas seções precedentes, o debate na formulação de políticas públicas e de regulações que envolvam tal modalidade de relação jurídica.

Dentro deste primeiro segmento de ações, destaca-se a participação da mencionada associação no II Fórum de Cidadania Financeira, a convite do Banco Central, além de reuniões com a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), bem como o fato de a associação passar a integrar, desde 2016, a Câmara Técnica de Serviços Financeiros do Procon paulistano⁴⁶.

Ainda em tempo, verifica-se que, no contexto das ações da associação juntamente ao Procon de São Paulo, foi registrada em 2017 a participação do

⁴³ PORTO, Antônio José M.; BUTELLI, Pedro Henrique. **O superendividamento brasileiro: uma análise introdutória e uma nova base de dados**. Revista de direito do consumidor (RDC), São Paulo – Editora Revista dos Tribunais –, a. 23, vol. 95, pp. 185-249, set./out., 2014. (p. 188)

⁴⁴ GROPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira**. Tradução: Célio Knipel Moreira. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. (p. 4).

⁴⁵ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 22).

⁴⁶ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (pp. 23 – 24)

IDEC na 2ª Edição do Mutirão de Renegociação de Dívidas do Procon Paulistano⁴⁷ no qual, por ocasião do encontro que buscava a superação de dívidas de consumidores, a associação chamou a atenção para um tema extremamente relevante e pertinente ao objetivo ali empreendido: a questão do reendividamento, que consiste na necessidade de observação de alguns parâmetros na repactuação de dívidas para evitar que o consumidor volte ao estágio de endividamento, ou seja, uma preocupação que se prometa com a sustentabilidade do negócio, no médio e no longo prazo, das renegociações de dívidas⁴⁸.

Por último, a terceira parte do Programa Serviços Financeiros do IDEC trata de “oficinas e palestras sobre educação financeira, além de publicação de artigos em veículos de comunicação”⁴⁹, a partir do qual o objetivo do programa, neste setor de atuação, reside em promover a educação financeira como forma de prevenir o superendividamento. Em tal campo, destaca-se a efetivação de diversas palestras e oficinas realizadas pela associação, como, por exemplo, a participação da instituição, a convite do Banco Central, na 4ª edição da Semana ENEF, correspondente à semana de Estratégia Nacional de Educação Financeira, em palestras e encontros que totalizaram 120 horas, através de atividades *online* e presenciais⁵⁰. Além disso, foram realizadas oficinas em diversos eventos ocorridos em instituições como o Procon Paulista ou a Universidade Federal do ABC, bem como a participação em programas televisivos de alcance nacional⁵¹. Neste segmento de atividades, a associação tem igualmente se esmerado em divulgações que buscam informar aos consumidores em geral, através, por exemplo, de um estudo, divulgado em seu portal, com a comparação do preço de tarifas bancárias

⁴⁷ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2017**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2017.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 25)

⁴⁸ Cf.: ALMEIDA NETO, Luiz Mesquita de. **Superendividamento dos consumidores: análise econômica e regulação**. Lisboa: Novas Edições Acadêmicas, 2018. (pp. 163 – 164). Ou, ainda, analisando a mesma questão pela perspectiva do direito francês: PAISANT, Gilles. **A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela Lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões**. In: MARQUES, Cláudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli (coord.). **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, pp. 105-129, 2006. (p. 108).

⁴⁹ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 22)

⁵⁰ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2017**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2017.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 25)

⁵¹ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (pp. 23 – 24).

praticadas pelos cinco maiores bancos do país⁵², ou, ainda, a divulgação do Guia dos Bancos Responsáveis, analisando comparativamente as principais instituições financeiras que funcionam no Brasil quanto a critérios como Corrupção, Direitos Humanos, Direitos do Consumidor, Inclusão Financeira, entre outros⁵³.

Já foi amplamente debatido e divulgado o valor que a educação financeira possui para o combate a níveis altos de endividamento da população, bem como para evitar o surgimento do fenômeno chamado Superendividamento⁵⁴. As ações da associação são muito salutares, e buscam aumentar a disponibilidade de conhecimento e de informação para o consumidor no momento da contratação de serviços financeiros, ou até no momento de repactuar dívidas inadimplidas em um primeiro momento (na repactuação de suas dívidas), o que busca reduzir o risco (muito embora seja importante destacar que sempre há um risco envolvido nos serviços financeiros, uma álea natural e inerente às finanças) de tal contratação.

CONCLUSÃO

A presente pesquisa demonstra, confirmando hipótese levantada desde o início, a relevância da atuação de associações civis, confirmando a aptidão das atividades de tais agentes para reduzir o desequilíbrio latente nas relações de consumo, revalorizando um exercício comunitário de cidadania, ao mesmo tempo em que contribuem também na construção de conhecimentos e de informações no exercício de direitos por parte dos consumidores para a concretização de seus direitos, notadamente no âmbito do Plano Nacional de Relações de Consumo, e particularmente no contexto (tal como selecionado para delimitação do objeto de pesquisa) da contratação de serviços financeiros por parte dos consumidores brasileiros.

Quanto à atuação da associação civil particularmente estudada neste levantamento, tem-se que há cumprimento das diretrizes do programa de Serviços

⁵² Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2017**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2017.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 26).

⁵³ Cf.: INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016**. Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 24).

⁵⁴ BRANDÃO, Fernanda Holanda de Vasconcelos; ALMEIDA NETO, Luiz Mesquita de. **Superendividamento em perspectiva: uma análise do fenômeno a partir dos contextos social e jurídico**. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Brasília – CONPEDI -, v. 3, n. 1, pp. 1 – 22, jan. / jun., 2017. (p. 20).

Financeiros promovido pelo IDEC e o seu alto grau de importância para o contexto social e jurídico com o qual interage. Através das suas ações, a instituição tem ampliado o oferecimento de serviços de educação financeira de qualidade, também levantando informações e pesquisas relevantes a respeito da atuação de instituições financeiras e bancárias, assim como buscando apurar práticas abusivas e irregularidades. Tais ações colaboram para a construção de um ordenamento efetivo, que zela por relações privadas mais justas e conscientes, reforçadas pela presença de organizações representativas que aumentam a efetividade do exercício de direitos concedidos pela norma geral ao polo mais hipossuficiente da relação.

Ao levar a educação financeira para pontos estratégicos, o programa possibilita crescente, não obstante relativa, emancipação de consumidores, que por vezes não tiveram esse acesso anteriormente, e que assim adquirem mais consciência e reconhecimento de sua própria atuação, desse modo evitando o cometimento de erros diretamente decorrentes da pura desinformação. Tal como quando reeducam consumidores que já passaram ou estão passando por problemas de inadimplência, buscando também evitar a recorrência de estágios de endividamento, no caso do chamado reendividamento. Lembrando que, do ponto de vista econômico, a simplificação de produtos e serviços complexos oriundos do mercado financeiro (que se atinge, dentre outras estratégias de regulação, também pelo conhecimento efetivo sobre os detalhes dos quais se compõem tais produtos e serviços) compõe uma das estratégias de superação de crises financeiras, corroborada pela própria OECD⁵⁵.

Por outro lado, os estudos e levantamentos realizados por especialistas do programa configuram uma poderosa arma no combate às arbitrariedades nas quais o consumidor é vítima, muitas vezes sem sequer ter exata ciência da violação ou da ineficácia de seus direitos no caso prático. Tais pesquisas são como peças que juntas auxiliam na efetivação de um Direito mais justo, e protegem principalmente os mais vulneráveis nas relações de consumo.

⁵⁵ ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **The financial crisis: reform and exit strategies**. Disponível em: <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/43091457.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019. (p. 10).

Contudo, em outro sentido, é fundamental destacar que o alcance e a reverberação das medidas e iniciativas realizadas pela associação analisada encontram pouco eco e reprodução em outras instituições e em outras realidades não abarcadas pela ação de representações de consumidores como o IDEC, muito em razão da cultura geral que pauta a aplicação e a interpretação do Direito do Consumidor, tal como flagrado nas primeiras seções do estudo.

Enraizada na cultura brasileira está uma dependência patrimonialista e paternalista em que quase todos se consideram “fidalgos” e, por conta disto, estariam mais dispostos a enxergar a ação política como orientada para negociação direta com o Governo, ao invés de um exercício voltado à concretização por meio da dialética democrática.⁵⁶⁻⁵⁷ A regra é o cochicho promíscuo aos ouvidos do Poder, ao invés da ágora horizontalizada.

Neste sentido, é preciso refletir a respeito de qual deve ser o papel do Judiciário enquanto agente coadjuvante, engajado no fomento a estas associações, demonstrado seu relevo para a construção de uma democracia qualificada⁵⁸. Não parece que a análise da legitimidade *ad causam* das associações consumeristas, assim como demonstrado linhas atrás, deva ser realizada sob a óptica legalista monocromática dada a importância que sua atuação revela na tutela dos direitos de consumidores. É de se questionar, portanto e ao final do estudo, se não seria mais frutífero ao processo de amadurecimento democrático brasileiro propor exercícios pragmáticos de autocontenção judicial frente a condutas associativas que, na zona limítrofe da impertinência normativa, serviriam para contribuir com a concretização de uma cidadania popular deliberativa (apesar de eventual impropriedade formal)⁵⁹, como forma de aumentar a presença dessas vias de representação em relações de consumo que se pretendem sempre mais

⁵⁶ CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: O Longo Caminho**. 11. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. (p. 221).

⁵⁷ HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. (p. 279).

⁵⁸ A este respeito, cf.: GUERRA, G.R. **O Papel Político do Judiciário em uma Democracia Qualificada: A Outra Face da Judicialização da Política e das Relações Sociais**. Revista Direitos Fundamentais & Democracia, vol. 4, 2008.

⁵⁹ A respeito da relação entre pragmatismo e ativismo judicial, cf.: GUERRA, G.R.; ALMEIDA NETO, L.M.; MARCOS, H.J.B. **O Processo Civil Pragmático e o Constitucionalismo Dialógico: Pressupostos para uma Discussão sobre Ativismo Judicial**. Revista Estudos Institucionais (Journal of Institutional Studies), vol. 3, n. 1, jul. 2017.

“trilateralizadas”, em uma ressignificação e através de uma reconstrução dos sentidos de cidadania na dinâmica da relação de consumo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA NETO, Luiz Mesquita de. **Superendividamento dos consumidores: análise econômica e regulação**. Lisboa: Novas Edições Acadêmicas, 2018.

ARENDT, Hannah. **Origens do totalitarismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

BANCO CENTRAL DO BRASIL (BCB). **Sistema Gerenciador de Séries Temporais (SGS)**. Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/sgspub/consultarvalores/telaCvsSelecionarSeries.paint>. Acesso em: 29 ago. 2019.

BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcelos e; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor**. 3. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BRANDÃO, Fernanda Holanda de Vasconcelos; ALMEIDA NETO, Luiz Mesquita de. **Superendividamento em perspectiva: uma análise do fenômeno a partir dos contextos social e jurídico**. Revista de direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo, Brasília – CONPEDI –, v. 3, n. 1, pp. 1 – 22, jan. / jun., 2017.

BRASIL. Presidência da República. **Decreto nº. 7.963, de 15 de março de 2013**. Institui o Plano Nacional de Consumo e Cidadania e cria a Câmara Nacional das Relações de Consumo. Brasília, DF, 15 Mar. 2013 (DOU). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm. Acesso em 27 Ago. 2019.

BRASIL. **Lei Federal nº 8.078, de 11 de Setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Brasília, DF, 12 Set. 1990 (DOU). Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acesso em 27 Ago. 2019.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Primeira Turma. **Agravo Regimental no Recurso Especial (AgRg no RESP) 901936/RJ – Rio de Janeiro**. Relator: Ministro Luiz Fux. Julgado em 16/10/2008, publicado em 16/03/2009. Brasília, 2009.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Segunda Turma. **Recurso Especial (RESP) 1600172/GO – Goiás**. Relator: Ministro Herman Benjamin. Julgado em 15/09/2016, publicado em 11/10/2016. Brasília, 2016.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **Recurso Especial (RESP) 705469/MS – Mato Grosso do Sul**. Relator: Ministra Nancy Andrighi. Julgado em 16/06/2005, publicado em 01/08/2005. Brasília, 2005.

BRASIL, Superior Tribunal de Justiça. Terceira Turma. **Recurso Especial (RESP) 1405697/MG – Minas Gerais**. Relator: Ministro Marco Aurélio Belizze. Julgado em 17/09/2015, publicado em 08/10/2015. Brasília 2015.

BUCCI, Maria Paula Dallari. **Direito administrativo e políticas públicas**. São Paulo: Saraiva, 2002.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2010.

CARVALHO, José Murilo de. **Cidadania no Brasil: O Longo Caminho**. 11^a ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CHOMSKY, Noam. **Profit Over People: Neoliberalism and Global Order**. New York: Seven Stories Press, 1999.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC)**. Disponível em: <http://www.cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-julho-de>. Acesso em: 29 ago. 2019.

COSTA, Luciano de Souza. **O Cooperativismo: Uma Reflexão Teórica.** Ciências Sociais em Perspectiva, vol 6., n. 11, 2017.

FURTADO, Celso. **Economia do desenvolvimento: curso ministrado na PUC-SP em 1975.** Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2008.

GABRIEL, Yiannis; LANG, Tim. **The Unmanageable Consumer.** 2. ed. London: Sage Publications, 2006.

GRINOVER, Ada Pellegrini; BENJAMIN, Antônio Herman de Vasconcellos e. Introdução. In: GRINOVER, Ada Pellegrini; et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: Comentado pelos Autores do Anteprojeto - Vol. 1.** 10. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira.** Tradução: Célio Knipel Moreira. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GUERRA, G.R.; ALMEIDA NETO, L.M.; MARCOS, H.J.B. **O Processo Civil Pragmático e o Constitucionalismo Dialógico: Pressupostos para uma Discussão sobre Ativismo Judicial.** Revista Estudos Institucionais (Journal of Institutional Studies), vol. 3, n. 1, jul. 2017.

GUERRA, G.R. **O Papel Político do Judiciário em uma Democracia Qualificada: A Outra Face da Judicialização da Política e das Relações Sociais.** Revista Direitos Fundamentais & Democracia, vol. 4, 2008.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil.** 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2016.** Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2016.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Relatório 2017.** Disponível em: <https://idec.org.br/pdf/relatorio-idec-2017.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019.

LAPAVITSAS, Costas. **El capitalismo financiarizado: Expansión y crisis**. Trad: Diego Guerrero. Madrid: Maia Ediciones, 2009.

LOSANO, Mario G. La Cuestión Social y el Solidarismo Francés: Actualidad de una Antigua Doctrina. In: LOSANO, Mario G. (Ed.). **Solidaridad y Derechos Humanos en Tiempos de Crisis**. Madrid: Librería-Editorial Dykinson, 2011.

MARCOS, H.J.B. **O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor no Combate às Práticas Abusivas**. Monografia (Curso de Direito) – Centro Universitário de João Pessoa (UNIPÊ): João Pessoa, 2012.

MARICATO, Ermínia. As Ideias Fora de Lugar e o Lugar Fora de Ideias. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A Cidade do Pensamento Único: Desmanchando Consensos**. 8. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2016.

MENEGUIN, Fernando B. **As indenizações por danos morais nas relações de consumo sob a ótica da análise econômica do Direito**. Revista da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, n. 61, pp. 255-285, jul./dez., 2012.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Resolução A/RES/39/248**. Relativa à proteção do consumidor (*Consumer Protection*). 16 abr. 1985. Disponível em: <https://www.un.org/documents/ga/res/39/a39r248.htm>. Acesso em 23 jul. 2019.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT. **The financial crisis: reform and exit strategies**. Disponível em: <http://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/43091457.pdf>. Acesso em: 29 ago. 2019.

ORTEGA Y GASSET, Jose. **Meditaciones Del Quijote**. Madrid: Publicaciones de la Residencia de Estudiantes, 1914.

PAISANT, Gilles. **A reforma do procedimento de tratamento do superendividamento pela Lei de 29.07.1998 relativa à luta contra as exclusões**. In: MARQUES, Claudia Lima; CAVALLAZZI, Rosângela Lunardelli

(coord.). Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, pp. 105-129, 2006.

PORTO, Antônio José M.; BUTELLI, Pedro Henrique. **O superendividamento brasileiro: uma análise introdutória e uma nova base de dados**. Revista de direito do consumidor (RDC), São Paulo – Editora Revista dos Tribunais –, a. 23, vol. 95, pp. 185-249, set./out., 2014.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 27. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

RIZZATTO NUNES, Luis Antonio. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2009.

SANTOS, Boavenura de Sousa. **Pela mão de Alice: o social e o político na pós-modernidade**. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

VENOSA, Sílvio de Salvo. **Direito civil: teoria geral das obrigações e teoria geral dos contratos**. v. 2. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

VERBICARO, Dennis. **A Política Nacional das Relações de Consumo como Modelo de Democracia Deliberativa**. Revista Jurídica da presidência, Brasília – e –, vol. 19, n. 119, pp. 534 – 559, out. 2017 / jan. 2018.

VERBICARO, Dennis; PENNA E SILVA, João Vitor; LEAL, Pastora do Socorro Teixeira. **O mito da indústria do dano moral e a banalização da proteção jurídica do consumidor pelo judiciário brasileiro**. Revista de direito do consumidor (RDC), São Paulo – Editora Revista dos Tribunais –, a. 26, vol. 114, pp. 75-99, nov./dez., 2017.

WOLFE, Tom. **Décadas púrpuras (Purple Decades)**. Tradução: Luiz Fernando Brandão. Porto Alegre: L & PM Editores, 1989.