



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE DIREITO, NEGÓCIOS E COMUNICAÇÃO
NÚCLEO DE PRÁTICA JURÍDICA
COORDENAÇÃO ADJUNTA DE TRABALHO DE CURSO
ARTIGO CIENTÍFICO

**A UTILIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DE
CONFLITOS**

ORIENTANDO– DEUSDETH ROCHA DE SOUSA

ORIENTADOR - PROF. ME. JOÃO BATISTA VALVEERDE OLIVEIRA

GOIÂNIA

2023

DEUSDETH ROCHA DE SOUSA

**A UTILIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DE
CONFLITOS**

Artigo Científico apresentado a disciplina Trabalho de Curso II, da Escola de Direito, Negociação e Comunicação, Curso de Direito, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUCGOIÁS).

Prof. Orientador: Me. João Batista Valverde Oliveira.

GOIÂNIA
2023

DEUSDETH ROCHA DE SOUSA

**A UTILIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DE
CONFLITOS**

Data da Defesa: XXXX

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Me. João Batista Valverde Oliveira. .. Nota: _____

Examinador(a) Convidado(a): Prof(a) Titulação. Nome completo Nota: _

A UTILIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DE CONFLITOS

Deusdeth Rocha De Sousa¹

Este artigo analisa os métodos judiciais e extrajudiciais de pacificação e solução de conflitos oriundos da relação de consumo, com a finalidade de proporcionar aos operadores do direito uma alternativa, sem abarrotar o sistema judicial com ações que poderiam ser resolvidas por meio de alternativas mais céleres. Busca-se responder os seguintes problemas: Quais métodos extrajudiciais, legalmente aceitos no Brasil, são utilizados para a resolução de conflitos, no Direito do Consumidor? Quais as características mais significativas da proteção e defesa do consumidor podem auxiliar na justa solução de conflitos? Quais as funções mais relevantes da atuação dos órgãos de defesa do consumidor na resolução de conflitos? O método da pesquisa bibliográfica utilizado disponibiliza ao pesquisador, por meio de um contato direto com diferentes autores, o que já foi escrito, elucidado e operacionalizado no âmbito do direito, bem como o que foi determinado mediante entendimento jurisprudencial. O presente trabalho utiliza material coletado da internet, pertinente ao tema abordado.

Palavras-chave: Código de Defesa do Consumidor. Conflitos de consumo. Soluções pacíficas de conflitos.

¹ Acadêmico de Direito da Pontifícia da Universidade Católica de Goiás, Escola de Direitos e Relações Internacionais, cursando o 9º período.

THE USE OF THE CONSUMER DEFENSE CODE IN THE RESOLUTION OF CONFLICTS

This article analyzes the judicial and extrajudicial methods of pacification and resolution of conflicts arising from the consumer relationship, with the purpose of providing legal operators with an alternative, without cluttering the judicial system with actions that could be resolved through faster alternatives. The aim is to answer the following problems: Which extrajudicial methods, legally accepted in Brazil, are used for conflict resolution, in Consumer Law? What are the most significant characteristics of consumer protection and defense that can help in the fair resolution of conflicts? What are the most relevant functions of the role of consumer protection bodies in conflict resolution? The bibliographic research method is to make available to the researcher, through direct contact with different authors, what has already been written, elucidated and operationalized in the scope of law, as well as what was determined through jurisprudential understanding. This work uses material collected from the internet, relevant to the topic addressed.

Keywords: Consumer Protection Code. Conflicts of consumption. Peaceful conflict resolutions.

SUMÁRIO

RESUMO	3
ABSTRACT	4
INTRODUÇÃO	6
SEÇÃO I - BREVE HISTÓRICO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	8
1.1 O SURGIMENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL ...	9
1.2 APLICABILIDADE DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR	
.....	11
1.2.1 Princípio da Vulnerabilidade	12
1.2.2 Princípio da Intervenção estatal.....	12
1.2.3 Princípio Do Equilíbrio	13
1.2.4 Princípio da Publicidade	13
1.2.5 Princípio do Dever Governamental	13
1.2.6 Princípio da Boa-Fé Objetiva.....	13
1.2.7 Princípio da Informação.....	13
1.2.8 Princípio da Garantia de Adequação.....	14
1.2.9 Princípio do Acesso à Justiça.....	14
SEÇÃO II - OS MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS ..	15
2.1 A APLICAÇÃO DE MÉTODOS ALTERNATIVOS ÀS RELAÇÕES DE CONSUMOS	
.....	Erro! Indicador não definido.
2.2 A VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES FRENTE AO CDC	Erro!
Indicador não definido.	
SEÇÃO III - OS PRINCIPAIS MECÂNIISMOS ATUAIS DE USO PARA A APLICAÇÃO	
DOS MEIOS ALTERNATIVOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS	19
3.1 A INTERNET COMO PORTA-VOZ DO CONSUMIDOR	21
3.2 AS STARTUPS E SEU PAPEL NO MEIO DE RESOLUÇÃO DE LIDES.....	21
CONCLUSÃO	23
REFERÊNCIAS	25

INTRODUÇÃO

Este artigo aborda o Direito do consumidor, que tem a sua importância social e jurídica enquanto forma de proteção da parte hipossuficiente na relação de consumo, determinando para tanto, soluções alternativas.

Ressalta-se que, para o Direito do Consumidor, é necessário para que haja uma relação de consumo, que uma das partes possa ser configurada como mais frágil, isto é, o consumidor frente ao fornecedor. Dada essa vulnerabilidade ou hipossuficiência do consumidor, pode-se falar em um desequilíbrio na relação jurídica de consumo, sendo necessário, portanto, reequilibrá-la juridicamente.

A principal justificativa deste trabalho está embasada na abrangência da relação de consumo, tanto da pessoa física como da jurídica desde que se configure como destinatário final do bem ou serviço. Pode referir-se ainda à uma coletividade de pessoas, sejam determinadas ou não, necessitando da utilização da solução de conflitos quando algum dos direitos garantidos por lei são desrespeitados, prejudicando o bem tutelado, material ou moral. Aqui ficará evidenciada a relevância jurídica, social e individual das soluções pacíficas de conflitos.

O nosso objetivo geral é analisar os métodos judiciais e extrajudiciais de pacificação e solução de conflitos oriundos da relação de consumo, com a finalidade de proporcionar aos operadores do direito uma alternativa, sem abarrotar o sistema judicial com ações que poderiam ser resolvidas por meio de alternativas mais céleres.

Buscamos responder os seguintes problemas: Quais métodos extrajudiciais, legalmente aceitos no Brasil, são utilizados para a resolução de conflitos, frente ao Direito do Consumidor? Quais as características mais significativas da proteção e defesa do consumidor podem auxiliar na justa solução de conflitos? Quais as funções mais relevantes da atuação dos órgãos de defesa do consumidor na resolução de conflitos?

A metodologia utilizada no presente trabalho é a da pesquisa bibliográfica e descritiva, utilizando-se a dedução, a partir de normas e jurisprudências, focando os problemas propostos, com a finalidade de verificar as hipóteses elencadas aqui. A

pesquisa bibliográfica disponibiliza ao pesquisador, por meio de um contato direto com diferentes autores, o que já foi escrito, elucidado e operacionalizado no âmbito do direito, bem como o que foi determinado mediante entendimento jurisprudencial. O presente trabalho utiliza material coletado da internet, pertinente ao tema abordado.

1 - BREVE HISTÓRICO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Embora este seja um tema recente, há historicamente algumas tentativas de regular as relações de consumo. O próprio código de Hammurabi (2300 a.C.) já regulamentava as relações comerciais, dizendo que o controle e a fiscalização seriam de responsabilidade do palácio.

Há uma disposição no Código de Hammurabi de que o construtor naval é obrigado a reconstruir em caso de defeitos estruturais e, neste caso, observou-se que existe alguma preocupação em proteger a relação então comprador-vendedor, como pode ser observado na seguinte lição:

Há quem denote (Leizer Lerner apud Jorge T. M. Rollemberg, 1987) já no antigo “Código de Hamurabi” certas regras que, ainda que indiretamente, visavam a proteger o consumidor. Assim, por exemplo, a “lei” 233 rezava que o arquiteto que viesse a construir uma casa cujas paredes de revelassem deficientes, teria a obrigação de reconstruí-las ou consolidá-las às suas próprias expensas. Extremas, outrossim, as conseqüências de desabamentos com vítimas fatais: o empreiteiro da obra, além de ser obrigado a reparar os danos causados ao empreitador, sofria punição (morte) caso houvesse o mencionado desabamento vitimado o chefe de família; caso morresse o filho do dono da obra, pena de morte para o respectivo parente do empreiteiro, e assim por diante. Da mesma forma o cirurgião que “operasse alguém com bisturi de bronze” e lhe causasse a morte por imperícia: indenização cabal e pena capital. Consoante a “lei” 235 o construtor de barcos estava obrigado a refazê-lo em caso de defeito estrutural, dentro do prazo de até um ano (noção já bem delineada do “vício redibitório?”). Na Índia, no século XII a.C., o sagrado Código de Massú previa multa e punição, **al’me de ?** ressarcimento dos danos, àqueles que adulterassem gêneros – “lei” 697 – ou entregassem coisa de espécie inferior àquela acertada, ou vendessem bens de igual natureza por preços diferentes – “lei” 698 (FILOMENO, 1991, p. 28).

Na Mesopotâmia, no antigo Egito e na Índia do século 18 a.C., também havia regras protetivas, no Código de Massú, que previa multas e penalidades para quem adulterasse tipos ou entregasse algo diferente do contratado. Também pune quem vende mercadorias da mesma natureza a preços diferentes (FILOMENO, 1991, **p. ?**).

Na lei romana, o vendedor era responsável por defeitos no item, a menos que não tivesse conhecimento deles. Na época de Justiniano, eles eram responsáveis, mesmo que não soubessem do vício. Caso o vendedor tome conhecimento do defeito, deverá devolver o dobro do valor pago. Em Roma, várias leis garantiam a intervenção do Estado no comércio.

No Império Romano, destacam-se como regras de consumo a prática de controlar a oferta de produtos, principalmente nos territórios conquistados, e o congelamento de preços instituído na época de Diocleciano.

Aristóteles já mencionou as táticas dos especuladores na Grécia antiga. Há também o estudo do testemunho de Cícero (século I a.C.) que garantia que os defeitos seriam dissimulados na compra e venda, caso o vendedor promettesse que a mercadoria tinha qualidades que não existiam. Cícero sempre chamou a atenção para as causas que defendia, para que o comprador de bens de consumo duráveis tivesse sempre a certeza de que os defeitos ocultos seriam sanados. Se esses defeitos não puderem ser sanados, o contrato será rescindido (FILOMENO, 1991, p. ?).

A França sob Luís XI em 1481 punia quem vendia manteiga com pedras para ganho de peso ou água misturada com leite e banhos de água quente. Em 1773, houve uma revolta contra o imposto sobre o chá, pois os consumidores reagiram aos produtores de chá britânicos (FILOMENO, 1991, p. ?).

Na Suécia, a primeira legislação de proteção ao consumidor foi introduzida em 1910. Em 1914, a Comissão Federal de Comércio dos EUA foi criada com o objetivo de fazer cumprir as leis antitruste e proteger os interesses do consumidor (FILOMENO, 1991, p. ?).

1.1 O SURGIMENTO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR NO BRASIL

O Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990 pela Lei nº 8.078, é o principal instrumento de proteção ao consumidor. O CDC é resultado da redemocratização do Brasil e da promulgação da Constituição Federal de 1988, que prevê legislação específica para regular as relações de consumo (BRASIL, 1990, p. ?).

O termo consumerismo vem do inglês *consumerism*, que está relacionado ao movimento social surgido nos Estados Unidos na década de 1960, que se opunha à produção, comercialização e divulgação em massa, ao abuso das técnicas de marketing, à publicidade e aos perigos de produtos e serviços, visando melhorar sua qualidade e confiabilidade. A mensagem acima do presidente Kennedy fortaleceu o movimento e a partir daí ganhou o mundo. Assim nasceu a Marcha, um novo modelo de direito do consumidor que reconhece um sujeito com direitos específicos e lhe

concede direitos fundamentais (SOUZA, 2003, p. ?).

Menção especial deve ser feita ao perfil de Ralph Nader, o advogado dos EUA responsável pelo primeiro recall de automóveis conhecido e pela quebra do paradigma de compensação de "tarifas" na lei norte-americana. A história da lei norte-americana mostra que o advogado processou a montadora depois que um defeito de fabricação em um dos carros teve uma falha no sistema elétrico que provocou uma faísca em um dos fios, que conduziu eletricidade para as lanternas traseiras do veículo, enquanto o mau funcionamento ocorreu próximo ao tanque de combustível do veículo, causando a explosão do mesmo (SAMPAIO, 2003, p. ?)

Ralph Nader entrou com uma ação de indenização contra a empresa depois que uma família foi vitimada que acabou resultando na morte do filho do casal. Ser responsável pelos danos, compensação por danos (incluindo morte) (esse valor raramente excede \$ 10.000,00) e relutância em ligar para o veículo para consertar defeitos. O sucesso da ação fez com que Nader pudesse pagar uma indenização milionária à família da vítima, além de obrigar a montadora a recolher o veículo defeituoso para os reparos necessários (SAYEG, 2004, p. ?).

A experiência no campo da defesa do consumidor levou as Nações Unidas a adotar a Resolução 39/248 em sua 106ª Sessão Plenária em 1985, estabelecendo o princípio da vulnerabilidade do consumidor como a parte mais frágil da relação de consumo e tornando-o merecedor de proteção legal específica, o consumidor brasileiro não é um exemplo. Como resultado, uma série de normas internacionais sobre proteção do consumidor foram desenvolvidas para popularizar esse direito. As normas nele contidas destinam-se a orientar os Estados, especialmente os países em desenvolvimento, para que possam utilizá-las para desenvolver ou aprimorar normas e legislações de proteção e defesa do consumidor e estimular a cooperação internacional nesse sentido (SAYEG, 2004, p. ?).

Notadamente, o consumo no Brasil se intensificou após o início da industrialização em meados da década de 1930, quando o país já apresentava um caráter fortemente intervencionista na ordem econômica (SAYEG, 2004, p. ?).

Antes mesmo de ser incorporada à Carta Constitucional de 1988, a marcha

mais importante para a defesa do consumidor no Brasil foi a promulgação da Lei 7.347/85, Código de Processo Civil Público, para proteger os interesses amplos da sociedade. No mesmo ano, foi criada a Comissão Nacional de Defesa do Consumidor.

O Brasil tem uma história de notável intervencionismo, com o objetivo de defender os direitos sociais, e sempre interveio na esfera econômica, na Constituição Federal está estampado o objetivo de defender a ordem econômica: “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existências dignas, conforme os ditames da justiça social”. (Constituição Federal, 1988, art. 170)

No Brasil, os direitos do consumidor estão consagrados na Constituição Federal de 1988, cujas garantias de proteção ao consumidor estão consubstanciadas em seu art. Quinto, trinta e dois.

No que diz respeito à Lei de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), ela constitui um microsistema relacionado a dispositivos constitucionais. No entanto, é necessário distinguir as instituições políticas das instituições normativas de defesa do consumidor. A primeira é representada pelo SNDC - Secretaria de Direito Econômico Nacional, enquanto a segunda é oriunda de lei.

É correto dizer que o CDC é uma lei de princípios porque contém princípios gerais e tem como objetivo principal abranger todas as situações que envolvem o consumo, mas não especifica cada caso como uma lei casuística. Como tal, é um sistema de cláusulas abertas, algumas das quais meramente ilustrativas, dando margem de interpretação aos juizes ao avaliar o comportamento de seus alvos em relação às suas cláusulas.

1.2 APLICABILIDADE DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Como outras áreas do direito, o direito do consumidor tem seus princípios orientadores de aplicação e interpretação que servem de base para as regras que tornam a lei aplicável a um caso particular. Eles precisam se complementar em harmonia para criar lógica no sistema.

No direito do consumidor, esses princípios seguem a visão de que os

consumidores são vulneráveis e precisam de proteção nas relações de consumo. Portanto, os Princípios Orientadores são a base para sustentar esse raciocínio.

1.2.1 PRINCÍPIO DA VULNERABILIDADE

De acordo com o artigo 4º, inciso I da Lei 8.0078/90 (Lei que institui o Código de Defesa do Consumidor – CDC), reconhece a vulnerabilidade do agente mais fraco nas relações de consumo. Esse princípio se reflete diretamente na área de aplicação do CDC, que determina quais relações contratuais serão protegidas pela Lei e seu regime de combate a abusos (Código de Defesa do Consumidor, BRASIL, 1990).

É importante ressaltar que não devemos confundir vulnerabilidade com inadequação. Esta é uma marca pessoal, limitada a alguns, ou mesmo coletiva, mas nunca a todos os consumidores. Portanto, difere de uma vulnerabilidade que abrange todos os consumidores

1.2.2 PRINCÍPIO DA INTERVENÇÃO ESTATAL

Esse princípio está consagrado nos artigos 5º, 32 e 170 da Constituição Federal. De acordo com a determinação, o Estado deve promover a defesa do consumidor. Nesse sentido, há também o artigo 4º, inciso II, do CDC.

Com base nesse princípio, o Estado é obrigado a atuar nas relações de consumo de forma a proteger a parte mais vulnerável, o consumidor. Isso é feito através de meios legislativos e administrativos. O principal objetivo é garantir que os interesses dos consumidores sejam respeitados (SOUZA, 2003, p. ?).

Para fazer valer os direitos do consumidor, o Estado deve atuar diretamente, por meio de seu poder de polícia, ou indiretamente, por meio de políticas governamentais. Nesse sentido, tais obrigações governamentais não seriam a pura e simples intervenção estatal que inviabilizaria a relação, mas inspirariam respeito e consideração contratual no sentido de reciprocidade entre as duas partes.

O Estado parece ser obrigado a proteger os interesses dos consumidores por meio de ações diretas ou indiretas e garantir a validade de seus direitos. A

intervenção do governo é necessária porque os consumidores são considerados o elo mais fraco nas relações legítimas de consumo.

1.2.3 PRINCÍPIO DO EQUILÍBRIO

Este princípio é a base principal para a formulação do Código de Defesa do Consumidor. Seu objetivo é buscar a igualdade substantiva, porque os consumidores são vulneráveis aos fornecedores. A busca da igualdade deve, portanto, orientar sempre legisladores e magistrados na sua interpretação e aplicação (SOUZA, 2003, p. ?).

1.2.4 PRINCÍPIO DA PUBLICIDADE

A doutrinadora Maria Helena Diniz, traz que:

São aqueles que regem a informação ou mensagem publicitária, evitando quaisquer danos ao consumidor dos produtos ou serviços anunciados, tais como: liberdade, o da legalidade, o da transparência, o da boa-fé, o da identificabilidade, o da vinculação contratual, o da obrigatoriedade da informação, o da veracidade, o da lealdade, o da responsabilidade objetiva, o da inversão do ônus da prova na publicidade e o da correção do desvio publicitário. (Maria Helena Diniz, 2008, p. 40).

1.2.5 PRINCÍPIO DO DEVER GOVERNAMENTAL

Nos termos do artigo 4º, incisos II, VI e VII do CDC, por meio da advocacia direta, incentivando a constituição e crescimento de associações, presença nacional no mercado consumidor ou assegurando padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho de produtos e serviços que, aliás, fazem parte dos direitos básicos do consumidor. (SOUZA, 2003 p. ?).

1.2.6 PRINCÍPIO DA BOA-FÉ OBJETIVA

No que se refere às relações de consumo, o artigo destaca que a relação jurídica entre as duas partes deve ser baseada na lealdade e cooperação entre consumidores e fornecedores, a fim de combater os abusos do mercado, e que os interesses privados prevalecem sobre os interesses sociais (SOUZA, 2003, p. ?).

1.2.7 PRINCÍPIO DA INFORMAÇÃO

Está implícito no artigo 4º, § 4º, do CDC e traz que esse é responsável por esclarecer os direitos e obrigações dos consumidores e fornecedores de coordenar as relações de consumo e tornar ilegal qualquer comportamento ou procedimento que viole o direito de saber do consumidor. Todas as informações devem ser amplas, substanciais e extensas, abrangendo todos os aspectos de uma relação de consumo estabelecida (SOUZA, 2003, p. ?).

1.2.8 PRINCÍPIO DA GARANTIA DE ADEQUAÇÃO

Imposto no art. 4º, incisos II, d e V do Código de Defesa do Consumidor. Corresponde à adequação de produtos e serviços de segurança e qualidade, que é o objetivo de um sistema de defesa do consumidor, respeitando seus interesses econômicos e visando a melhoria da qualidade de vida (Código de Defesa do Consumidor, BRASIL, 1980).

1.2.9 PRINCÍPIO DO ACESSO À JUSTIÇA

Está previsto no artigo 6º, inc. VII e VIII do Código de Defesa do Consumidor e garante a todos o direito de acesso à justiça, direito de invocar o Estado. Os legisladores têm procurado, assim, dotar-se de meios que facilitem ainda mais o acesso à justiça a todos os cidadãos, como forma de defesa dos seus direitos, de forma a reequilibrar ou reduzir a distância entre consumidores e fornecedores (SOUZA, 2003, p. ?).

OBS. Seu TCC é um artigo científico, portanto você deverá observar a estrutura de um artigo de está no Manual da PUC, disponível no Teams e no grupo de WhatsApp da sua turma.

2 - OS MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

Para se tratar dos métodos de resolução alternativa de conflitos no âmbito do direito do consumidor, é fundamental compreender não apenas as partes envolvidas na relação de consumo, mas também as possíveis soluções para os conflitos que podem surgir. Entre as alternativas existentes, destacam-se a mediação, a conciliação e a arbitragem. Cada uma dessas opções possui características próprias e pode ser mais adequada dependendo do caso concreto. Por isso, é essencial contar com a orientação de um profissional especializado para escolher a melhor opção e garantir a defesa dos direitos do consumidor.

2.1 A APLICAÇÃO DE MÉTODOS ALTERNATIVOS ÀS RELAÇÕES DE CONSUMOS

Para se tratar de resolução alternativa de conflitos e direito do consumidor, é importante, além de entender quem são os sujeitos que existem em uma relação de consumo, entender a solução adequada de conflitos que envolverá os seguintes elementos: Mediação, Conciliação e Arbitragem.

A mediação é um método extrajudicial de resolução de conflitos exercido por um terceiro, que deve ser um mediador imparcial. O interessante aqui é que o mediador deve estimular as próprias partes a chegarem a um acordo por meio da comunicação. A resolução do conflito não parte do mediador, mas das partes envolvidas no conflito. Atualmente, essa forma de solução de conflitos tem amparo legal na Lei 13.140/15.

A definição dada por Adolfo Braga Neto é interessante e aborda vários aspectos da mediação:

[...] um processo em que um terceiro imparcial e independente coordena reuniões separadas ou conjuntas com as pessoas envolvidas em conflitos, sejam elas físicas ou jurídicas, com o objetivo de promover uma reflexão sobre a inter-relação existente, a fim de alcançar uma solução, que atenda a

todos os envolvidos. E como solução quase sempre resulta no cumprimento espontâneo das obrigações nela assumidas. (Adolfo Braga Neto, 2020, p. 205)

A mediação é um meio de resolução de conflitos semelhante a uma medida em que um terceiro imparcial que coordena uma reunião é chamado de mediador, e aqui o papel do mediador é mais ativo.

O Conselho Nacional da Magistratura, através do seu Manual de Mediação Judicial (2019, p. 21), propõe o seguinte conceito:

A conciliação pode ser definida como um processo auto compositivo breve no qual as partes ou os interessados são auxiliados por um terceiro, neutro ao conflito, ou por um painel de pessoas sem interesse de causa, para assisti-las, por meio de técnicas adequadas a chegar a uma solução ou um acordo.

Destarte, a conciliação é um efetivo método de composição de lides de forma harmônica, onde as partes, por intermédio de um conciliador, conseguem entrar em um tipo de acordo e resolvem rapidamente seus problemas de forma mais amigável.

Outra forma de solução de conflitos é a arbitragem, que é uma forma de solução de conflitos menos conhecida na sociedade brasileira em relação às já citadas. Na arbitragem, um terceiro imparcial é chamado de árbitro, e é ele quem analisa o conflito e dita como resolvê-lo.

A Lei 9.307/96 trata da arbitragem, como pode ser observado:

Art. 2º A arbitragem poderá ser de direito ou de equidade, a critério das partes.
§ 1º Poderão as partes escolher, livremente, as regras de direito que serão aplicadas na arbitragem, desde que não haja violação aos bons costumes e à ordem pública. (Lei 9.307/1996, art. 2º Caput e parágrafo. 1º).

Uma diferença significativa entre esta abordagem e as duas anteriores é que aqui as partes podem definir quais conflitos serão resolvidos por arbitragem, árbitros ou um método de sua escolha, e podem definir o que serão utilizados como parâmetros para a resolução de conflitos.

2.2 A VULNERABILIDADE DOS CONSUMIDORES NO CDC

A proteção do consumidor depende da vulnerabilidade do próprio consumidor, na relação com o consumidor, por ser ele a parte mais fraca ou mais fraca,

devendo em última instância submeter-se às condições que lhe são impostas pelo fornecedor.

Com isso, surge o princípio da vulnerabilidade, onde tem a seguinte definição doutrinária:

Os que não dispõem de controle sobre bens de produção e, por conseguinte, devem se submeter ao poder dos titulares destes. Isto quer dizer, que a definição de consumidor já descreve essa vulnerabilidade, essa relação de hipossuficiência que pode ocorrer por desinformação, por fraude ou quando o produtor não dê ou não honre a garantia ao bem produzido. (ALMEIDA, 2003, p. 15).

Persuadindo e manipulando através da publicidade de massa que estimula o consumo através dos meios de comunicação, o consumidor é cada vez mais visto como alvo da pressão psicológica exercida sobre ele. Ligada a essa estratégia convincente está a vulnerabilidade da maioria dos consumidores que acabam caindo na armadilha do fornecedor.

Destarte, ressalta-se:

Vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte dos sujeitos mais potentes da mesma relação (MORAES, 2009, p. 125).

Os consumidores não têm controle sobre os bens produzidos e, portanto, estão sujeitos ao poder de quem os possui. Dessa forma, os legisladores criaram uma série de mecanismos para atender a outros princípios como: o princípio da defesa do consumidor e o princípio da inversão do ônus da prova desdobrado no princípio da responsabilidade objetiva.

A vulnerabilidade não deve ser confundida com deficiência. Porque o primeiro é um conceito geral de direito substantivo, enquanto o segundo é um conceito processual especializado.

Portanto, a vulnerabilidade reside nos princípios constitucionais, principalmente, de que a dignidade do consumidor como cidadão deve ser respeitada e seus direitos devem ser cumpridos. Isso economiza o fluxo de riqueza em que cidadãos respeitados obtêm crédito e o colocam nas relações de consumo, formando

uma cadeia construtiva e justa para ambas as partes (BONATTO, 2001, P. ?).

Sobre o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor frente ao fornecedor do serviço, ressalta-se que: “tal reconhecimento é uma primeira medida de realização da isonomia na Constituição Federal. Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo” (NUNES, 2000, p. 106).

As relações de consumo são mais benéficas para os fornecedores, portanto se torna necessário proteger os consumidores:

As relações de consumo processam-se de modo mais favorável aos interesses do fornecedor que os do comprador ou usuário de serviços de terceiros. Por outras palavras, nessas relações é mais fácil o consumidor ser lesado em seus direitos que o fornecedor, o que importa dizer que ele é mais vulnerável ao dano que o fornecedor (SAAD, 1998, p. 126).

Os consumidores devem ser tratados de forma desigual pelo CDC e pela legislação em geral para que possam ser verdadeiramente iguais. De acordo com art. 5º da Constituição Federal, todos são iguais perante a lei, devendo os desiguais der tratados desigualmente na exata medida de suas desigualdades (GRINOVER, 2000, p. ?).

É preciso dizer que os consumidores quase sempre são pegos desprevenidos por perdas pessoais, seja porque as perdas são consideradas pequenas isoladamente, seja por razões econômicas, já que muitas vezes os consumidores não têm recursos para contratar advogados e pagar pelos litígios. Aliás, neste último item, destaca-se a clara vantagem dos provedores por terem nas instituições departamentos jurídicos bem organizados, com bom nível técnico, o que agrava ainda mais a desvantagem dos consumidores, comprovando sua tutela (ALMEIDA, 2003, p. ?).

Assim, uma vulnerabilidade afeta todos os consumidores, enquanto uma escassez afeta apenas um determinado segmento da população. E os fornecedores que ganham com essa falta de oferta poderão agir de forma abusiva.

3 - OS PRINCIPAIS MECÂNIISMOS ATUAIS DE USO PARA A APLICAÇÃO DOS MEIOS ALTERNATIVOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

A adoção de meios alternativos de resolução de conflitos no direito do consumidor é um caminho já trilhado, no qual há desafios a serem superados e benefícios a serem buscados. O primeiro desafio, e talvez o mais difícil de superar, é a aceitação social, a cultura de liderança na sociedade brasileira ainda é forte, e muitas vezes a via judicial é acionada primeiro, como se nada mais fosse possível.

O primeiro desafio é agravado por outro obstáculo, a falta de divulgação e a necessidade de divulgar mais métodos alternativos de resolução de conflitos, a população brasileira continua pouco informada sobre o assunto e, portanto, não está convencida da eficácia desses métodos alternativos.

Há um desafio que merece atenção especial, e é preciso lembrar que os direitos do consumidor foram criados para equilibrar a relação existente entre fornecedores e consumidores, que continua sendo a parte mais vulnerável da relação, e soluções não podem ser representadas por métodos alternativos. dos direitos do consumidor, deve-se ter cuidado para que os acordos firmados continuem garantindo o cumprimento desses direitos.

Apesar dos desafios que se apresentam, alguns benefícios também podem ser vislumbrados com a adoção de alternativas de resolução de conflitos no direito do consumidor. Um benefício facilmente perceptível é a redução do tempo para chegar a uma solução, tornando-a mais rápida e eficaz.

Um benefício muito importante é que se pode evitar a origem de mais ações judiciais, visando aliviar a sobrecarga do sistema judiciário brasileiro. Isso é bom para o sistema de justiça e para a sociedade como um todo.

Ressalte-se aqui que a celeridade acima supera a celeridade de casos isolados e pode atingir até mesmo aqueles que optam pela judicialização, pois o processo por esta via pode levar menos tempo para ser resolvido em um sistema judiciário menos congestionado.

Destaca-se que:

Ainda que seja um lócus tradicional de controle e de resolução de conflitos, na verdade, por ser de difícil acesso, moroso e extremamente caro, torna-se cada vez mais inviável para controlar e reprimir conflitos, favorecendo, paradoxalmente, a emergência de outras agências alternativas, não institucionalizadas, ou instâncias judiciais informais (juizados ou tribunais de conciliação ou arbitragem extrajudiciais) que conseguem, com maior eficiência e rapidez, substituir com vantagens o Poder Judiciário (WOLKMER, 2000, p. 100).

Outro benefício que pode ser aproveitado é a democratização da justiça, pois a adoção dos meios alternativos requer um custo menor e amplia as possibilidades que o consumidor e a população no geral têm disponíveis para buscar pela justiça. Ao mesmo tempo que se democratiza o acesso à justiça, alternativa à jurisdição nacional, por múltiplas vias, evita-se o processo judicial e todos os obstáculos que limitem a sua suposta eficácia (BRITO; SANTOS, 2009).

A Lei 13.140 de 26 de junho de 2015, conhecida como Lei da Mediação, é uma lei recente que incentiva explicitamente a solução alternativa de conflitos no estado. Ele contém disposições sobre mediação e auto-resolução de conflitos dentro da administração pública.

Esta lei trouxe maior detalhamento das regras processuais da mediação e, em não poucos casos, repetiu temas regulados no CPC. De início, ofereceu sua própria definição de mediação e uma lista de princípios pertinentes. A Lei também criou uma regra própria de obrigatoriedade da mediação [...] A lei ampliou a permissão do uso da técnica para conflitos envolvendo direitos indisponíveis, mediante presença obrigatória de representante do Ministério Público, e admitiu a mediação parcial, para apenas partes do conflito (SILVA, 2020, p. 46)

Um ponto interessante desta lei que merece destaque é que ela trata da mediação judicial e extrajudicial, incluindo o tratamento de mediadores judiciais e extrajudiciais.

Uma análise dos desafios e benefícios associados à adoção de soluções alternativas de conflitos no direito do consumidor parece ser uma prática incentivada,

com isso, necessitando de mais atenção e uso por meio de todos.

Sabendo da importância de se ampliar a utilização de meios alternativos de solução de conflitos dentro do direito do consumidor, diversos esforços têm ocorrido, tanto do setor público quanto do setor privado, para que as sociedades possam utilizar-se dessas vias para solucionar os conflitos decorrentes de sua relação conflituosa de consumo. A seguir, você poderá ler um pouco sobre algumas dessas iniciativas, como: lei da mediação, site Consumidor.gov.br e empresas iniciantes.

3.1 A INTERNET COMO PORTA-VOZ DO CONSUMIDOR

O site *Consumidor.gov.br* é uma plataforma lançada em junho de 2014, por iniciativa da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), para ser um espaço que possa facilitar a resolução de conflitos entre os consumidores. Consumidores e fornecedores, estes últimos devem estar cadastrados no site.

Os consumidores registram reclamações e relatam problemas, e os fornecedores podem entrar em contato com os consumidores por meio do diálogo para resolver conjuntamente os conflitos relacionados. Ao navegar pelo site, lendo essas reclamações, você pode perceber que existem muitos conflitos que são resolvidos da mesma forma, infelizmente, outros não tiveram esse sucesso.

No site é possível ver alguns índices interessantes para quem pretende se conectar de alguma forma com fornecedores cadastrados, tempo médio de resposta dos fornecedores às reclamações, índices de resolução de conflitos etc. Pode ser uma ferramenta para que os consumidores entendam melhor os fornecedores, principalmente aqueles com os quais já possuem ou possam ter relacionamento, e até mesmo utilizá-lo para fazer escolhas mais decisivas de fornecedores.

Fiscalizado pela Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON - do Ministério da Justiça, PROCONS, Defensorias, Ministério Público e logicamente da sociedade em geral, é um ambiente seguro e enriquecedor para fornecedores e principalmente consumidores, mas pessoas ainda pouco conhecidas e que precisam de mais divulgação.

3.2 AS STARTUPS E SEU PAPEL NO MEIO DE RESOLUÇÃO DE LIDES

A startup foi criada com a ideia de utilizar métodos alternativos de resolução de conflitos para solucionar conflitos na área do direito do consumidor como uma oportunidade de negócio. Atuam como intermediários entre consumidores e fornecedores, buscando meios alternativos de resolução de conflitos.

Pode-se citar a LEEGOL, startup de mediação online criada pelo Reclame Aqui (site semelhante à proposta do Consumidor.gov.br), que visa resolver conflitos existentes em sites criadores.

Outro exemplo é a startup Melhor Escolha, que tem como objetivo a resolução de disputas judiciais, extrajudiciais e administrativas relacionadas a questões de consumo e reclamações trabalhistas. Existem muitos outros startups que buscam resolver conflitos por meios alternativos, atuando transversalmente ao direito como um todo, não apenas ao direito do consumidor.

Esses startups muitas vezes prometem um atendimento mais rápido, satisfatório e, principalmente, com um custo financeiro menor do que a via judicial, mas isso também é pouco conhecido e desconhecido em nossa sociedade.

CONCLUSÃO

Reconhece-se que o assunto do assunto é controverso e as soluções sugeridas pelo consultor se mostraram insatisfatórias. Portanto, recomendamos a todos os interessados relevantes, incluindo Poder Público, empresas e consumidores, uma ampla discussão para a criação de um Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Esse sistema deve se esforçar para desenvolver políticas públicas éticas e impactantes que priorizem a proteção dos interesses do consumidor e, ao mesmo tempo, promovam programas de conscientização de fornecedores.

Abraçar a mediação e outros métodos conciliatórios é um investimento que vale a pena. Essas instituições oferecem um caminho promissor para alcançar relações de consumo harmoniosas e o equilíbrio desejado.

O foco principal deve ser o aprimoramento do relacionamento entre consumidores e fornecedores, em vez de apenas incentivá-los a recorrer a um mediador ou árbitro pago pelo fornecedor. Além disso, a imposição de penalidades ao consumidor por qualquer comportamento inadequado detectado, conforme pretendido, também deve ser priorizado.

A resolução de disputas por meio de arbitragem por um profissional contratado do fornecedor pode sugerir um 'julgamento' tendencioso. Essa abordagem não se alinha com o princípio da boa-fé nem defende os padrões de jogo limpo que devem orientar as interações com o consumidor. Em vez disso, a educação sobre relações de consumo deve enfatizar métodos mais confiáveis de resolução de conflitos.

As leis em vigor oferecem amplas ferramentas para proteger os consumidores. Nos tempos modernos, uma política pública voltada para a proteção do consumidor deve priorizar a reconstrução e revitalização da relação entre compradores e vendedores. Em vez de investir na resolução de disputas legais ou não legais, o foco deve ser a promoção de melhores interações consumidor-fornecedor.

É uma questão que exige consideração - por que ficar apreensivo com o fornecedor que escolhemos voluntariamente? Por que forçar o vínculo com aquele

que nos escolheu? A Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON deveria encontrar essas respostas em vez de se concentrar em adicionar outro sistema de disputas, vitórias e derrotas.

Para a Secretaria Nacional do Consumidor, priorizar o diálogo, a educação de consumidores e fornecedores e o respeito mútuo parece ser a solução ideal. Com uma população que se cansou de batalhas legais, essa abordagem parece ser a direção mais eficaz a ser tomada.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista. A Proteção Jurídica ao Consumidor. São Paulo: Saraiva, 2003.

BONATTO, Cláudio. Questões Controvertidas no Código de Defesa do Consumidor: principiologia, conceitos, contratos. 3. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2001.

BRAGA NETO, Adolfo. A Mediação e a Administração Pública. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/23274/2/Adolfo%20Braga%20Neto.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2023.

BRASIL, Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Diário Oficial da União, Brasília, 1990.

BRITTO, Igor Rodrigues, SANTOS, Ricardo Goretti. O papel do PROCON na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo. Disponível em: <http://191.252.194.60:8080/bitstream/fdv/1126/1/GORETTI%20%20O%20papel%20do%20PROCON%20na%20defesa%20qualificada%20dos%20interesses%20dos%20consumidores.pdf>. Acesso em 07 mar. 2023.

DINIZ, Maria Helena. Dicionário jurídico. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2008

GRINOVER, Ada Pellegrini. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

FILOMENO, José Geraldo Brito. Manual de Direitos do Consumidor. 1ª Ed. São Paulo: Atlas, 1991.

Manual de mediação e conciliação na Justiça Federal. Brasília: Conselho da Justiça Federal, 2019.

MORAES, Paulo Valério dal Pai Moraes. Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade e nas demais práticas comerciais: interpretação sistemática do direito Porto Alegre:

Livraria do Advogado, 2009.

NUNES, Luís Antônio Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material (arts. 1º a 54). São Paulo: Saraiva

SAMPAIO, Maria Lumena. A Hora e a Vez do Consumidor. Disponível em: www.contasemrevista.com.br/materia14-2.htm. Acesso em: 22 nov. 2022.

SAYEG, Ricardo Hasson. O contexto histórico da defesa do consumidor em face do abuso de poder econômico e sua importância. Revista de direito internacional e econômico / Instituto Nacional do Contencioso Econômico (INCE). Porto Alegre: Síntese, 2004.

SILVA, Paulo Eduardo Alves da (coord.), Negociação, Mediação, Conciliação e

arbitragem: curso de métodos adequados de solução de controvérsias. 3. ed. Rio de Janeiro, Forense, 2020.

SOUZA, Néri Tadeu Câmara. Princípios Gerais da defesa do consumidor. Disponível em: www.direitonet.com.br/doutrina/artigos/x/48/11/481/p.shtml. Acesso em: 23 nov. 2022.

WOLKMER, Antônio Carlos. Pluralismo jurídico: fundamentos de uma nova cultura no direito. 3. ed. São Paulo: Alfa-Omega, 2001.

OBS. Faça as correções e alterações indicadas pelo professor e seu TCC estará finalizado.