# V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

## DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

**FREDERICO DA COSTA CARVALHO NETO**

**VIVIAN DE ALMEIDA GREGORI TORRES**

**CARLOS LÓPEZ**

Copyright © 2016 Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito

Todos os direitos reservados e protegidos.
Nenhuma parte deste livro poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

**Diretoria – CONPEDI**
**Presidente** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP
**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS
**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM
**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN
**Vice-presidente Norte/Centro** - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP
**Secretário Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC
**Secretário Adjunto** - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

**Representante Discente –** Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

**Conselho Fiscal:**
Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH
Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR
Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE
Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)
Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

**Secretarias:**
**Relações Institucionais** – Ministro José Barroso Filho – IDP
Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF
**Educação Jurídica** – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDi
**Eventos** – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC
Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG
Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP
Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR
Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA
**Comunicação** – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

D598
Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI/UdelaR/Unisinos/URI/UFSM /Univali/UPF/FURG;

Coordenadores: Carlos López, Frederico da Costa carvalho Neto e Vivian de Almeida Gregori Torres – Florianópolis: CONPEDI, 2016.

Inclui bibliografia
ISBN: 978-85-5505-250-7
Modo de acesso: www.conpedi.org.br em publicações
Tema: Instituciones y desarrollo en la hora actual de América Latina

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Interncionais. 2. Direito. 3. Globalização. 4. Relações de consumo. I. Encontro Internacional do CONPEDI (5. : 2016 : Montevidéu, URU).

CDU: 34




Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito
Florianópolis – Santa Catarina – Brasil
www.conpedi.org.br




Universidad de la República
Montevideo – Uruguay
www.fder.edu.uy

# V ENCONTRO INTERNACIONAL DO CONPEDI MONTEVIDÉU – URUGUAI

## DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO

---

## Apresentação

Os trabalhos foram apresentados no Grupo de Trabalho “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo I", durante o V Encontro Internacional do CONPEDI, ocorrido entre os dias 08 a 10 de setembro de 2016, na Faculdade de Direito da Universidade da República do Uruguai, sobre o tema “Instituciones y desarrollo en la hora actual de América Latina”.

Os artigos provocaram amplos debates e a efetiva troca de experiências entre pesquisadores dos dois países, atingindo os objetivos do encontro para a divulgação da pesquisa sul-americana. O esforço e a dedicação dos participantes foram fundamentais para o sucesso do Grupo de Trabalho como se pode observar na profundidade dos artigos adiante apresentados:

1- A EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE, O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E LIBERDADE – A autora aborda a evolução tecnológica e seu impacto no mercado de consumo com ênfase na liberdade de escolha por parte dos consumidores no comércio eletrônico e sua proteção pelo ordenamento jurídico, notadamente pelo Código de Defesa do Consumidor que têm dentre os direitos básicos dos consumidores o direito à livre escolha.

2- A PARTICIPAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO MARÍTIMA INTERNACIONAL NA GOVERNANÇA SOBRE A EXPLORAÇÃO DE PETRÓLEO OFFSHORE - Neste estudo os autores abordam o desenvolvimento do Direito Internacional Público, em especial, o surgimento de novos sujeitos e atores, bem como a intensificação da complexidade das relações internacionais. Sob este ângulo, a governança surge como procedimento democrático para auxiliar na tomada de decisão sobre assuntos de interesse global, especificamente com relação a proteção sobre a exploração de petróleo offshore e sua relevância socioeconômica e ambiental, apontando os mecanismos da IMO (International Maritime Organization), para a promoção da governança no setor.

3- A RELAÇÃO ENTRE DESCONSIDERAÇÃO DA PERSONALIDADE JURÍDICA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR VERSUS A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR VULNERÁVEL - A temática, proposta pelos autores, trouxe a discussão da efetiva aplicabilidade da desconsideração da personalidade jurídica como meio de resguardar os

direitos do consumidor, concluindo que esta possui a finalidade de adequar a pessoa jurídica aos seus intentos iniciais, coibindo seu uso indevido, protegendo, assim, o consumidor na sociedade de consumo.

4- A RELAÇÃO TRABALHO-CONSUMO NA MODERNIDADE LÍQUIDA - As autoras, analisaram as interações entre trabalho e consumo no contexto de um capitalismo globalizado, utilizando-se das alterações paradigmáticas de valores que ensejaram o que Zygmunt Bauman denominou de modernidade líquida. Investigaram as novas conformações assumidas pelo trabalho e pelo consumo, analisando criticamente o poder de influência que o consumo, em sua modalidade consumista, exerce sobre as relações laborais e, precipuamente, sobre o trabalhador. Concluindo que numa sociedade predominantemente de consumo, o trabalho e o trabalhador tendem a ser instrumentalizados, culminando na inconcebível objetivação e patrimonialização do Direito do Trabalho

5- ESPAÇOS POLÍTICOS DE DELIBERAÇÃO NO ÂMBITO DA POLÍTICA NACIONAL DAS RELAÇÕES DE CONSUMO E SEUS DESAFIOS - Os autores abordam a importância da democracia participativa para demonstrar a responsabilidade cívico/política do consumidor com relação ao sistema protetivo da relação de consumo, bem como o papel do Estado como fomentador da atuação cívica da sociedade civil e as novas perspectivas de concretização de uma democracia deliberativa.

6- FORNECEDOR BYSTANDER POR CATIVIDADE MARCÁRIA NO CO-BRANDING - Neste artigo, os autores, estudaram a utilização do co-branding como tática empresarial para a ampliação e fidelização de mercado, com vistas a identificar a responsabilização pelos danos advindos do fornecimento com uso do co-branding. Sob esta perspectiva analisaram a natureza da relação de consumo, fundamental para a responsabilidade civil, levando em consideração que as marcas são vitais aos negócios contemporâneos por atraírem os consumidores. Assim, apresentaram a relação de consumo na hipótese do co-branding e sua responsabilização civil a partir do fenômeno de sua catividade marcária, estendendo para o campo dos fornecedores a figura do bystander.

7- INFORMAÇÃO E LAZER, ATENDIMENTO DAS NECESSIDADES DOS CONSUMIDORES E O DIREITO DE LIVRE ESCOLHA NOS SERVIÇOS DE TELEVISÃO POR ASSINATURA - O Autor aborda a subtração do direito de escolha do consumidor na aquisição de serviços, tomando como exemplo os serviços de televisão por assinatura. Analisa os direitos à informação e ao lazer assim como a ordem econômica, a livre concorrência e a defesa do consumidor. A autonomia privada e a intervenção do Estado nos serviços públicos prestados sob concessão. A Política Nacional das Relações de

Consumo, e o objetivo do atendimento das necessidades dos Consumidores e sua perseguição pelo Estado, o Direito a livre escolha comprometido pelo advento da Lei nº 12.485/2011.

8- OS ESTÍMULOS CONSUMERISTAS FRENTE À PUBLICIDADE ALIMENTAR: UM ESTUDO COMPARADO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS NO SURGIMENTO DA OBESIDADE INFANTIL NO BRASIL E NO URUGUAI. - A pesquisa das autoras, apresentou um importante corelacionamento entre a saúde infantil e os estímulos consumeristas da sociedade moderna, demonstrando que a exposição dos infantes à publicidade do consumo contribui para o desenvolvimento de doenças precoces, especialmente as relacionadas aos problemas com a obesidade infantil. Ao final, analisaram a existência, de forma comparativa, das normas regulamentadoras da temática no Brasil e no Uruguai.

9 - OS RISCOS DOS COMPONENTES QUÍMICOS DAS EMBALAGENS PLÁSTICAS E A IMPUTAÇÃO COLETIVA DE GUNTHER TEUBNER - Sob este tema, a autora, demonstrou a extensão interdisciplinar do direito do consumidor com a saúde e o meio ambiente, partindo para tanto da matriz pragmático-sistêmica, através da observação da relação entre os riscos dos componentes químicos das embalagens plásticas em contato com os alimentos, da cadeia industrial do setor dos plásticos e da imputação na responsabilidade civil. O estudo teve por objetivo final demonstrar que em razão de haver uma rota produtiva que envolve variadas organizações, depara-se com a dificuldade da imputação singular e, ao mesmo tempo, realizar uma associação com à noção de imputação coletiva de Gunther Teubner.

10 - PRIMEIRAS LINHAS ACERCA DO TRATAMENTO JURÍDICO DO ASSÉDIO DE CONSUMO NO BRASIL - Neste trabalho, os autores, analisaram o assédio de consumo, objetivando esboçar os contornos dogmáticos de uma figura ignorada pelo direito brasileiro. Buscaram identificar as características mais salientes da Sociedade de Consumo e desenharam uma proposta de tratamento das patologias havidas nesta seara, sustentando, ao final, a possibilidade, mesmo na ausência de regra específica sobre a matéria, de tutela dos consumidores, eventualmente, assediados pelo Mercado.

11 - RESPONSABILIDADE CIVIL DAS CELEBRIDADES NA PUBLICIDADE ILÍCITA - O autor, abordou a complexidade da publicidade no Direito do Consumidor, sob o ângulo da possibilidade de esta vir ser veículo de ilicitude que, com frequência, lesa os consumidores. Demonstrou que a eficiência publicitária depende do seu poder de persuasão e da credibilidade de suas fontes emissoras, deixando claro o papel fundamental das celebridades que dela participam, as quais exercem grande influência sobre o público e fazem

com que muitos consumidores acreditem nas suas opiniões, preferências e recomendações. Sob este aspecto, o estudo buscou a possibilidade de responsabilização civil das celebridades que participam de publicidades em desacordo com o Código de Defesa do Consumidor.

12 - RESPONSABILIDADE CIVIL DAS REDES SOCIAIS PELOS DANOS CAUSADOS POR SEUS USUÁRIOS - O tema tratado pelos autores traz uma questão incômoda da sociedade moderna, relacionada à dificuldade de responsabilização das redes sociais pelo conteúdo nelas veiculados. Os pesquisadores sustentam que as empresas mantenedoras de redes sociais na internet podem ser responsabilizadas pelos danos causados por seus usuários, para tanto, propõem uma interpretação analógica do artigo 13 do Código de Defesa do Consumidor, para que as redes sociais respondam pelos danos causados por meio de suas plataformas, quando não for possível a identificação do usuário causador do dano.

13 - SUPERENDIVIDAMENTO E FALÊNCIA IDENTITÁRIA: A SOLIDARIEDADE SOCIAL COMO MECANISMO DE REVITALIZAÇÃO DO SER HUMANO - A discussão trazida pelo autor teve por elemento central demonstrar que a dignidade da pessoa humana, numa sociedade consumista, está intrinsecamente atrelada à participação do cidadão no consumo de bens e serviços para sua subsistência. Neste ambiente, a falência identitária do ser humano, retira-lhe a essência de protagonizar negócios jurídicos, além de produzir sua exclusão social e esfacelar sua identidade na sociedade globalizada, rompendo sua natureza humana para convívio digno com seus pares. Como solução a este problema, o autor, propõe o restabelecimento de padrões mínimos existenciais e a garantia da reintegração social do cidadão superendividado, havendo necessidade de se efetivar mecanismos de proteção aos consumidores através da solidariedade social como base de interlocução jurídica dos agentes econômicos.

14 - ¿PORQUE , OS PARAÍSOS FISCAIS OFFSHORE CENTROS GERAM RISCO DE LAVAGEM DE DINHEIRO? - A autora analisou tema significativo, de pouco interesse investigativo, tendo em vista seu caráter sensível, especialmente relacionado com à lavagem de dinheiro. Ressalta a importância do esclarecimento da origem dos Paraísos Fiscais e seu impacto sobre questões jurídicas, bem como os riscos advindos da existência destes com relação à lavagem de dinheiro.

Como se vê pela leitura dessa apresentação, os artigos exploraram de forma abrangente a pluralidade da temática decorrente da Globalização e as relações de consumo, analisando a questão não só sob o prisma do direito do consumidor, mas também a relação deste com os direitos fundamentais e outros ramos do direito, tais como, direito do trabalho, direito comercial etc.

Além disso, importante destacar que as discussões desenvolvidas no âmbito do Grupo de Trabalho, propiciaram uma troca de experiências quanto ao tratamento de assuntos análogos entre países coirmãos.

Por fim, esperamos que o presente trabalho seja fonte de inspiração para o desenvolvimento de novos projetos e textos em defesa de uma relação de consumo mais justa e transparente.

Prof. Dr. Carlos E. Lopez Rodríguez - UDELAR

Prof. Dr. Frederico da Costa Carvalho Neto - UNINOVE

Profa. Dra. Vivian A. Gregori Torres - USP

# A EVOLUÇÃO DA SOCIEDADE, O CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR E LIBERDADE

# THE EVOLUTION OF SOCIETY, THE CONSUMER PROTECTION CODE AND FREEDOM

**Norma Sônia Novaes Campos**

**Resumo**

O presente artigo visa discutir questões relacionadas aos direitos humanos no contexto do direito do consumidor. Mostra como a evolução tecnológica conduz uma revolução cultural transformando indivíduos em consumidores. Daí surgem novos desafios em como assegurar tais direitos neste sistema mais complexo. O sistema jurídico brasileiro inova quando contundentemente respalda o direito do consumidor como indivíduo vulnerável tanto na Constituição quanto em lei específica, o Código de Defesa do Consumidor. E vai ainda mais além, uma vez que assegura o acesso a uma genuína liberdade na relação de consumo.

**Palavras-chave:** Consumidor, Código de defesa do consumidor, Liberdade

**Abstract/Resumen/Résumé**

This paper wish to debate between human rights in the consumer law context. Shows how the tcnological revolution has changed indivivuals making them a consumer. Then emerge new challenges such to ensure rights in a complex juridic order. The Brasilian system bring inovations when protect the consumer rigths, as a right of vulnerable individual, in both Constituition and Consumer Protect Code. And goes beyond, is a real mechanism to access a genuine freedom in consumption relationship.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Consumer, Consumer protection code, Freedom

# INTRODUÇÃO

O direito do consumidor é uma abstração basilar, pode ser considerado um direito humano fundamental, uma vez que é essencial para o perfeito desenvolvimento humano, tendo efeitos em diversas esferas da vida humana. Está presente no consumo de gêneros alimentícios, de serviços educacionais, de serviços médico-hospitalares, de transportes, imperativamente demandado nos serviços envolvendo a tecnologia da informação e por aí vai, tendo desdobramentos em todos as esferas da vida moderna. A importância inata deste direito é fato próprio e a forma com se processa sua transformação nos dias atuais é objeto de discussão em diversas rodas jurídicas.

As transformações sociais, políticas e econômicas vivenciadas no último século e ainda em curso transformaram drasticamente a maneira como as pessoas vivem e se relacionam. O comércio se tornou universal e presente em todas as economias. As cadeias produtivas se tornaram mais complexas e ao mesmo tempo mais interdependentes. O fabricante de determinado bem precisa estar bem coadunado com toda uma cadeia produtiva à montante (de insumos) e também coadunado com outra à jusante (o mercado).

Tal sistematização econômica coloca todos em um mesmo barco: o barco dos consumidores. Todos, indistintamente da posição que ocupamos na sociedade, somos consumidores mesmo que sejamos fornecedores de algum produto na cadeia econômica. Tal traço reforça ainda mais a necessidade de um olhar atento e específico para a relação de consumo, já que figura como preponderante no desenvolvimento e estabilidade da sociedade moderna. Inevitável não conjecturar, neste contexto, como respaldar o direito do consumidor. Um direito cada vez mais em voga desde o surgimento do *homos economicus.*

No Brasil o direito do consumidor vem na esteira da maior complexidade que a vida humana adquiriu no contexto da vida moderna. Vem suprir lacunas que ficaram entre os tradicionais normativos que não foram capazes de acudir com eficiência as demandas surgidas nas relações de consumo, que de alguma forma ficaram sem proteção nos clássicos modelos legais patrimonialistas.

Além do mais corrobora para o desenvolvimento econômico, traz lisura transacional, confere confiança aos agentes econômicos, enaltece os valores da honestidade e da boa fé objetiva. Desta forma o direito do consumidor dignifica a pessoa humana, fortalece as relações sociais e contribui fundamentalmente para a permanência da sociedade e da espécie humanas.

No caso do Brasil recebe respaldo aparece tutelado pelo poder público tanto na Constituição da República de 1988 (CR/88), quanto no Código de Defesa do Consumidor (CDC), lei de 1990.

O CDC brasileiro é considerado um código moderno atento às especificidades surgidas nas novas relações de consumo. Tem uma filosofia voltada para a proteção do polo vulnerável na relação de consumo: o consumidor. Que é quem geralmente possui menores capacidades deliberativas diante da transação comercial.

É importante discutir como o indivíduo deve se posicionar nesta relação e como o estado estabelecerá liames jurídicos para a tutela do bem social que se encontra difuso em uma sociedade atomizada. Nestes meandro discute-se como fica a liberdade individual e como ela se tem efetivado ao longo desta evolução social, juntamente com a evolução da relação de consumo.

Sempre é bom ressaltar a importante função que o Estado tem nesta dialética, como guardião do bem comum, numa teoria heterodefensiva, que deve de forma inteligente e atenta, zelar pelo bem comum, assegurando às sociedades sob sua tutela plenitude de direitos. Direitos estes, fruto de lutas históricas que muitas vezes foram inglórias para os que as lutaram, mas que nos deixou um legado de conquistas, um legado de liberdades, que diariamente são atentados pelos poderes econômicos e políticos.

Cabe a nós jurisdicionados exercer nossa cidadania na promoção de bem estar coletivo, no exercício consciente de nossos direitos políticos, e na função de controle das ações governamentais. Para isto é necessário estarmos atentos aos movimentos culturais a fim de atacar as sutilezas inventivas do mercado.

O presente artigo se encontra sistematizado da seguinte forma. O seu desenvolvimento está dividido em tópicos. Primeiramente se faz uma digressão histórica com o objetivo de se observar os direitos humanos, nas transformações jurídicas sofridas pelo processo de globalização. Em segundo momento apresentamos o direito do consumidor como um direito humano de fato. Em seguida apresentam a sistemática do direito do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro. E por fim discutimos a respeito do Princípio do Direito à

Liberdade, sob o enfoque da publicidade e do consumo conspícuo, no cenário de uma sociedade de consumo.

## OBJETIVOS

1) Mostrar como a sociedade evolui e como isto provoca alterações no campo jurídico;

2) Situar o Direito do Consumidor no contexto de evolução histórica do direito;

3) Discutir a natureza do Direito do Consumidor como um Direito Humano;

4) Fazer uma breve digressão sobre o Direito do Consumidor no ordenamento jurídico brasileiro;

5) Discutir a questão do princípio do Direito à Liberdade à luz: da sociedade de consumo; e do Código de Defesa do Consumidor.

## METOLOGIA

A metodologia utilizada foi uma Dedução Científica a partir de uma Revisão Bibliográfica.

## DESENVOLVIMENTO

O desenvolvimento deste trabalho está sistematizado em 4 tópicos explicativos: a) A globalização, os direitos humanos e as transformações jurídicas; B) O direito do consumidor como direito humano; C) O direito do consumidor no ordenamento jurídico brasileiro; e D) Direito humano do consumidor e o direito à liberdade.

A Conclusão fecha o desenvolvimento.

## A) A GLOBALIZAÇÃO, OS DIREITOS HUMANOS E AS TRANSFORMAÇÕES JURÍDICAS

É inegável a profunda transformação vivida pela sociedade nos últimos tempos. Esta transformação não se confina apenas à sociedade nacional, mas é fato em praticamente todas as sociedades mundiais. Na propulsão desta transformação está o desenvolvimento tecnológico, em especial o desenvolvimento dos meios de comunicação e dos meios logísticos.

Segundo muitos autores vivemos na era pós moderna, uma era que experimenta profundas mudanças que ainda estão em curso tendo início no final da segunda grande guerra.

A segunda grande guerra é um marco indelével na história mundial. Depois de grande desenvolvimento filosófico e tecnológico, seguindo-se grande desenvolvimento jurídico e político e ainda assim experimentou um dos capítulos mais sangrentos da história da humanidade.

As atrocidades e os desfechos geopolíticos são conhecidos, mas talvez a diferença mais marcante se deu no campo jurídico. O direito internacional sofreu profundas mudanças. As questões relativas à soberania estatal foram relativizadas. O estado soberano perde força diante de uma grande valorização do indivíduo, que agora figuraria como bem supremo do ordenamento jurídico.

Encerrado o conflito, logo se deu a criação da ONU e com ela a declaração universal dos direitos humanos, documento muito mais que declaratório, uma vez que irradia até hoje seus ideais na filosofia jurídica de praticamente todo o mundo. O caráter de unanimidade quanto a sua aceitação, mostra sua força filosófica, bem como cristaliza seu maior eixo temático: a dignidade da pessoa humana.

Resta claro para todo mundo a importância deste valor. Uma vez que a vida humana é bem de inestimável valor, insubstituível, comum a todos os seres do planeta e essencial para a manutenção da sociedade.

Segundo Coelho *et. al.* (2005), no atual ordenamento jurídico, os direitos humanos são ferramentas garantidoras de uma vida digna dos cidadãos. Vale notar que José Afonso da Silva (1997) define direitos fundamentais como tendo sentido em

relações jurídicas objetivas e subjetivas, positivadas em prol da dignidade, da igualdade, e da liberdade da pessoa humana.

Flávia Piovesan (2010) discute a respeito de uma nova ordem jurídica, baseada no valor máximo da dignidade da pessoa humana, que passa a reger todo o ordenamento jurídico nacional e internacional. A dignidade da pessoa humana vem constituir um *ius commune* sob o qual estados outorgam prerrogativas por reconhecimento do valor que carrega a dignidade da pessoa humana.

Desta forma a transformação da sociedade inevitavelmente vai levar uma a uma transformação do direito e também do espectro e definição do direito fundamental. Neste sentido Coelho *et. al.* (2005) diz que uma transformação social propicia uma transformação jurídica; uma mudança nas relações sociais e no modelo de realidade operacional pode agregar novos conteúdos e outras funções ao programa normativo. Tudo a serviço dos anseios sociais que é para os quais nascera o direito.

Na esteira do desenvolvimento tecnológico a sociedade do século XX experimentou vertiginosa mudança. A primeira grande evolução se deu na primeira metade do século com o desenvolvimento da aviação civil e das telecomunicações. No final do século foi a vez do surgimento de uma rede mundial de computadores.

Concomitante a isto a sociedade sofreu profundas transformações. Sua população passou de majoritariamente agrária no início do século para majoritariamente urbana no final do século. Tal mudança fez o indivíduo cada vez mais dependente do comércio e das cadeias produtivas. De produtor de alimentos o indivíduo se tornou consumidor. Tal dinâmica se repetiu com o vestuário, com os meios de locomoção, com os serviços médicos, etc.

Enfim, o ambiente econômico se tornou mais complexo e cada indivíduo cumpre um papel peculiar no sistema produtivo. Desta forma somos sempre consumidores de grande parte dos produtos que utilizamos e também somos fornecedores de uma pequena parte deles.

A relação de consumo cresceu e se consolidou, inicialmente predominantemente, se dava em solo nacional. Desta forma logo surgiram demandas jurídicas envolvendo a relação de consumo. Tal fenômeno propiciou o surgimento de um novo espectro legislativo, o chamado direito do consumidor. Estas normativas viriam resolver os problemas encontrados na nova dinâmica econômica, no intenso comércio e a necessidade de se tutelar os direitos dos consumidores.

Uma vez que os consumidores são considerados o polo mais frágil desta relação, coube ao estado, tutelar-lhes os direitos, dando concretude legal em diversos pontos que necessitavam incrementos.

Mas as transformações não pararam por aí. Dadas as condições de desenvolvimento, o mundo experimentou um intenso processo de globalização econômica, financeira e cultural. Os estados nacionais perderam certo protagonismo, sendo agora organismos de uma comunidade global de países que se comunicam, se conhecem e, principalmente, que fazem comércio.

As relações de consumo se tornaram mais rápidas, mais assertivas, as transações mais baratas. Entretanto tal dinamismo subjacente ao comércio moderno veio acompanhamento de um aumento de complexidade sem precedentes. Hoje os atores do comércio podem ser de nações distintas, de culturas distintas, de continentes distintos, são agentes totalmente díspares unidos unicamente pelo interesse comum do negócio.

Convém ressaltar, no escopo deste trabalho, que o direito do consumidor assumiu uma complexidade enorme, tanto no cenário externo, quanto no cenário interno e sua universalização se deu tanto no universo macro quanto no universo micro. Seus tentáculos se imiscuíram a diversos valores humanos, de tal forma que os direitos do consumidor além desta complexidade fática, aumentou-se como complexidade filosófica.

## B) O DIREITO DO CONSUMIDOR COMO DIREITO HUMANO

Com as mudanças no contexto social, emergiu uma nova figura no panteon jurídico. Um consumidor em massa, que necessita comprar praticamente tudo o que consome. Então a confiança e a boa fé são elementos imprescindíveis nesta relação uma vez que deve ser uma relação duradoura, extrapolando circunstancialidades. Hoje tal direito é tutelado a nível nacional pois é aspecto inerente à vida humana.

Da necessidade de situar o direito do consumidor, até pouco tempo restrito à esfera civil (e com caráter puramente material), na esfera do direito humano tomamos as lições de Serrano Júnior (2012), que diz que o sistema global de proteção dos direitos humanos, sob a égide da Organização da Nações Unidas, utiliza de uma classificação dicotômica para os direitos humanos, dividindo-os em: 1) direitos civis e políticos; e 2) direitos econômicos Culturais e Sociais. Ainda mais, diz que os direitos econômicos seriam aqueles relacionados a aspectos econômicos de um estado.

Dentro do espectro do direito econômico podemos enquadrar o direito do consumidor. Uma vez que advém de uma relação econômica e ao mesmo tempo reflete o maior traço de uma economia, a relação de mercado. Além do mais dentro de uma perspectiva multifuncional dos direitos fundamentais, (subtendidos os direitos humanos, Alexy (1997)), e no caso específico, do direito ao consumidor, ele também se encaixaria na categoria de direitos culturais, e também na categoria dos sociais, uma vez que representa aspectos tanto culturais quanto sociais de nossa vida.

Numa cidade qualquer ou mesmo numa vila pequena, indivíduos praticam o comércio de forma corriqueira, traço comum do dia a dia do povo, este processo comercial não é somente uma necessidade da vida moderna mas um indelével traço cultural da sociedade moderna. Desta forma não é difícil ver o seu viés cultural e social.

Há que se considerar ainda que os direitos humanos não valem apenas nas relações entre o estado e o cidadão, mas também nas relações entre particulares, uma vez que estão presentes em todos os ramos do direito (Serrano Júnior, 2012 )

O aviltamento de uma relação de consumo redunda no aviltamento do próprio indivíduo tal sua dependência desta relação no mundo moderno. O consumidor deve ser respeitado não como consumidor apenas, mas sobretudo como indivíduo. A privação de bens e serviços ou mesmo sua prestação deficitária é elemento desestabilizante de diversas esferas da vida do homem moderno, ferindo assim o princípio da dignidade.

Sendo assim não é difícil ver que tanto quanto direito a um meio ambiente salutar, ou mesmo o direito à vida, educação e à liberdade, o direito do consumidor deve perfilar no rol dos direitos humanos mais fundamentais. Uma vez que é peça integrante e fundamental da vida humana no contexto da sociedade moderna. Tal pensamento vai no sentido da maior fonte dos direitos fundamentais: a soberania popular e a historicidade.

O direito do consumidor surge como uma figura tímida e vacilante, mas ganha força e preponderância, na medida em que o comércio evolui. Hoje pode ser visto como um direito fundamental, devendo ser promovido pelo estado, não devendo ser pilhado, nem embaraçado, uma vez que além de ser um direito por excelência, assume também o papel de meio, de vetor no cumprimento de muitos outros direitos fundamentais, como a saúde, a alimentação, e a própria vida humana.

Tal relação jurídica deve ser aquilatada no seio do ordenamento jurídico, deve, e assim como um direito humano fundamental, irradiar seus efeitos por todo o ordenamento jurídico, uma vez que é um “valor fonte, atribuído a cada pessoa humana pelo simples fato de sua existência” (Mazzuoli, 2015).

Segundo Carvalho et. al. (2005) a dimensão jurídico objetiva dos direitos fundamentais faz incumbir ao estado uma obrigação permanente de concretização e realização dos direitos humanos fundamentais.

Dentro deste prisma as funções dos direitos humanos fundamentais seriam: 1) Limitar o poder do estado; 2) Assegurar liberdades; e 3) Outorgar aos indivíduos um direito subjetivo que lhe permita se proteger contra agressões sofridas. Nestas funções vê-se claramente um diletantismo da dignidade da pessoa humana como essência dos direitos humanos.

Mazzuoli (2015) considera como características dos direitos humanos a historicidade, a universalidade, a essencialidade, irrenunciabilidade, entre outros descritores. Tais características são capazes de discriminar tais direitos dentre muitos outros existentes na ordem jurídica. A adequação a estes princípios caracterizadores irá definir o direito humano, fomentando sua tutela e vedando o retrocesso.

O direito do consumidor, mais uma vez se encaixa na definição de um direito humano. Poderíamos definir o direito humano do consumidor no rol principiológico definido por Mazzuoli, na citação supra, uma vez que:

a) carrega o componente de historicidade, já desde os impérios mediterrâneos, atravessando a idade média, revigorando-se com a revolução industrial e hoje compõe traços do mundo moderno;

b) carrega o componente de universalidade e essencialidade, já no contexto do mundo globalizado do século XXI, já sendo quase consenso em todo o mundo a necessidade de trocas comerciais e a interdependência econômica;

c) imprescindível carregar o conceito de irrenunciabilidade, para que transforme as relações de consumo/econômicas em relações profícuas e duradouras, formando as bases para uma sólida atividade econômica; e

d) o princípio do não retrocesso vem na esteira do continuísmo das relações comerciais que aumentam numa taxa que se retroalimenta na medida em que avanços se consolidam, na medida em que os laços se fortalecem.

Enfim, a detecção do direito do consumidor como um direito humano é fato natural no contexto moderno, entretanto a percepção de um direito não é suficiente para sua tutela. Segundo Norberto Bobio (1997) o problema do direito não é sua justificação, mas sim sua proteção, trata-se, portanto de um problema político e não de um problema filosófico.

A crise de efetividade não se restringe ao mundo dos direitos humanos. No direito civil, mais especificamente, no mundo dos contratos fala-se na mesma crise de efetividade. Barroso *et. al.*(2008) diz que dentre todas as transformações sofridas no mundo dos contratos

a mais marcante é sua transcendência do mundo da propriedade, alcançando praticamente todos os aspectos da vida humana. Embora não se fale numa relação de causalidade, junto com a universalização dos contratos veio a crise de efetividade.

O direito humano do consumidor figura numa das relações contratuais mais corriqueiras do mundo moderno, as trocas comerciais, classicamente garantidas pelos procedimentos contratuais. Não obstante, conforme ensina Barroso *et. al.* (2008), as relações contratuais estão saltando da esfera patrimonial e orbitando na esfera dos direitos sociais, individuais e da personalidade. Tal interconexão de direitos se dá, principalmente, sob a força aglutinadora e integradora do princípio da dignidade da pessoa humana. Assim, não é difícil projetar o direito humano do consumidor como um direito humano próprio, no momento em que se imiscui com direitos sociais, individuais e da personalidade, todos direitos inatos da pessoa humana.

Tal inter-relacionariedade, interdependência e indivisivilidade, se coaduna com a ideia do Prof. Mazzuoli, quando este aponta as características contemporâneas dos direitos humanos. Além do mais avulta o princípio *pro homine* como um princípio norteador da teoria dos direitos humanos, e que é trazido à tona tanto por Mazzuoli na teoria dos direitos humanos, quanto por Barroso na teoria dos contratos, especialmente na sua transcendência para além da propriedade em sentido clássico.

## C) O DIREITO DO CONSUMIDOR NO ORDENAMENTO BRASILEIRO

O Direito do consumidor é considerado um direito humano de nova geração. Ganha força na segunda metade do século XX, com a edição de diretrizes pela ONU, afirmando-o como um direito socioeconômico, postulando a igualdade material do mais fraco, do leigo, enfim, do vulnerável, frente às expertises mercadológicas, com profissionais de vendas e equipes de marketing compondo a arma de fogo de grandes corporações empresariais.

No Brasil, a competência legiferante foi atribuída de forma concorrente tanto à União, quanto aos Estados e Distrito Federal. Assim reza a CR/88:

> *Art. 22. Compete privativamente à União legislar sobre:*
>
> *(...)*
>
> *XXIX – propaganda comercial;*
>
> *(...)*
>
> *Art. 24. Compete à União, aos Estados e ao Distrito Federal legislar concorrentemente sobre:*

*(...)*

*V – produção e consumo;;*

*(...)*

*VIII – responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico e paisagístico;*

*(...)*

Pode-se ver, portanto, que excetuada a questão da propaganda comercial cuja competência é exclusiva da União, demais matérias legislativas atinentes aos direitos dos consumidores são de competência concorrente, entre os Estados, o Distrito Federal e a União.

Todavia em nosso entender, com base em decisões do Supremo Tribunal Federal (STF), há um movimento interpretativo no sentido de dar maior preponderância à competência da União, principalmente em casos em que se verifique conflitos de competência. Tal fato é relatado em Del Masso (2011) com bases em algumas decisões do STF (ADI 2359-ES/2006; ADI 3322- MC/DF/2006; ADI 2656-SP/2003; ADI 3645-PR/2006).

O direito do consumidor aparece no panorama brasileiro, protagonizado pela União, efetivamente com a CR/88, a qual estabelece:

a) no art. 5º, XXXII, "*Estado promoverá, na forma da lei, o direito do consumidor."*

b) o art. 170 *caput* traz os seguintes dizeres: "*A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre-iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observando os seguintes princípio:*" (...) inciso V, "*defesa do consumidor;*"

c) e no art. 48 das ADCT´s: "*O Congresso Nacional, dentro de 120 dias da promulgação da constituição, elaborará o código de defesa do consumidor.*"

A constituição cidadã inova e traz consigo um traço de modernidade na medida em que de forma contundente, valoriza, defende, e argui sobre a urgência de se defender o consumidor. Embora não diga explicitamente, filosoficamente a constituição se atira na defesa do polo mais fraco de uma relação de consumo: o Consumidor.

Segundo Benjamim *et. al.* (2010) o constituinte defende o consumidor em três frentes:

A primeira, conforme descrita na alínea "a" acima, defende o consumidor como um indivíduo, e denota tal direito como cláusula pétrea da CR/88;

A segunda, conforme descrita na alínea "b" acima, defende o consumidor no escopo da proteção do desenvolvimento da ordem econômica, entendendo que a proteção deste polo é preponderante para a sustentabilidade e o desenvolvimento econômicos;

Na terceira frente, conforme descrito na alínea "c" a defesa do consumidor se daria via a microcodificação e inclusive determina prazo para tanto, demonstrando assim de forma inequívoca a premência dada pelo constituinte ao tema.

O direito do consumidor, na obra do ministro Herman Benjamim, é trazido como um direito humano contido na sintaxe dos direitos sociais e econômicos com eficácia imediata tanto horizontal quanto vertical. Tal sistemática é a mesma que permeia o texto constitucional.

Após a promulgação da CR/88, o direito do consumidor recebeu a tutela do Código de Defesa do consumidor (Lei 8.078/90). O CDC nasceu com função social e conforme dispõe no seu artigo 1º "estabelece normas de proteção e de defesa do consumidor, de ordem pública e de interesse social ..." nos termos da CR.

Dentro dos desdobramentos das transformações sociais que desemboca na sociedade moderna está o uso intensivo da publicidade. Neste aspecto o CDC também inova no sentido de veemente condenar e coibir a prática da publicidade abusiva. Nas palavras de Herman Benjamim, Benjamim (2010), *"(...) A publicidade abusiva, da forma como regrada no [CDC] brasileiro, é uma grande novidade, mesmo quando se analisam as leis de proteção ao consumidor em países desenvolvidos" p.244.* Tal prática se encontrava latente no seio da sociedade e sua proibição representa mitigação da opressão do mais frágil, o consumidor.

O CDC no art. 37, § 2º, dispõe de forma exemplificativa alguns tipos de publicidade abusiva, que ao contrário da publicidade enganosa, é muito mais difícil de ser diagnosticada numa relação de consumo. A publicidade abusiva, nem sempre implica em prejuízo econômico do consumidor, mas quase sempre representa afronta a valores constitucionais, como por exemplo, o respeito à criança e à segurança de vulneráveis.

Esta lei é moderna e está em sintonia com as mudanças sociais vividas nas últimas décadas. Constitui todo um sistema, construído e pensado com um único propósito: a proteção dos mais frágeis na relação de consumo. O CDC enuncia princípios, bem como o propósito de positivá-los, e o faz no propósito de tutelar direitos individuais e coletivos.

Na complexa teia do direito contemporânea, o CDC se tornou paradigma no diálogo das fontes, representando um ganho de eficiência tanto hierárquica quanto funcional do sistema jurídico. Elimina antinomias e traz efetivo ganho na segurança jurídica no contexto da proteção dos mais frágeis.

A proteção do consumidor, assim como a de todo o direito humano não se circunscreve à esfera interna de um país. Mister é que no processo de diálogo das fontes se faça uma ponderação das normas internacionais atinentes, dando preponderância a estas, Mazzuoli (2009).

Em suma, representa novo paradigma teleológico, que segundo Cláudia Lima Marques é o paradigma da diferença, "*...do tratamento desigual aos desiguais, do tratamento de grupos ou plural, de interesses difusos e de equidade, em uma visão mais nova, chamada de pós moderna."*

## D) DIREITO HUMANO DO CONSUMIDOR E O DIREITO À LIBERDADE

Seguindo o norte do princípio *pro homine*, tão em voga nos dias atuais, vamos discutir a questão do direito do consumidor no contexto da sociedade do consumo em antítese ao direito à liberdade.

O princípio do direito à liberdade permanece como o mais ilustre dentre tantos outros princípios. A doutrina jurídica eleger a carta *Magna Libertatum* de 1215 como marco histórico para a liberdade, consolidada adiante nas declarações constituintes norte americana e francesa, a liberdade configura aspiração humana natural, presente em toda a história de povos e nações, desde as eras mais remotas.

Devido sua supremacia lógica tem-se que em qualquer ponderação principiológica haverá sempre por princípio essencialíssimo e supremo, afastando todos os demais que atentarem contra ele.

Dadas estas considerações iniciais a respeito da liberdade, como princípio supremo, trazemos à tona as transformações sofridas pela sociedade recente, fazendo-a tornar-se a tão conhecida sociedade do consumo. Com especiações múltiplas em diversas áreas da ciência jurídica, das ciências humanas e sociais, com desdobramentos infinitos em como as pessoas se comportam e como as relações sociais são conformadas nesta nova ordem.

Veblen (1899) em sua clássica obra A Teoria da Classe Ociosa, aponta diretrizes filosóficas explicando as reais razões que movem as pessoas pelo mundo das escolhas. A teoria da classe ociosa associa a possibilidade de ócio como um luxo, possível apenas para os mais abastados e consequentemente os mais poderosos. Assim a possibilidade de ócio seria um traço de demonstração de poder econômico (e sociopolítico por consequência). Tal situação coloca o indivíduo em posição de superioridade, e portanto, com maiores prerrogativas.

Thorstein Bunde Vebler foi um ferrenho crítico da escola econômica clássica, que tinha origem na escola alemã e estava calcada em um racionalismo historicista. Para Vebler o indivíduo como ser social é dotado de uma carga emocional muito mais poderosa que o

arcabouço racional e histórico. Segundo ele o homem é naturalmente uma espécie que compete com os seus pares e isto traz impactos na vida econômica.

Segundo o autor, uma das razões que leva o indivíduo a consumir não é sua necessidade, mas sim a promoção que tal ato de consumo lhe trará. Assim, consumindo um certo produto, seja ele uma joia, uma casa, um carro, ou mesmo alguns tipos de alimentos, alçará o consumidor a um estado etéreo de graça e prazer.

O consumidor sentirá um prazer muito maior do que o do mero suprimento de sua necessidade, um prazer alavancado pelo ato do consumo em si e não pelo suprimento da demanda vital. Tal fenômeno é então denominado por Vebler de consumo conspícuo. Ocorre quando o consumidor consome apenas por *status*, e que a elevação do seu *status* dará mais prazer uma vez que os aspectos psicológicos dos consumidores são mais importantes que suas necessidades físicas. Em outras palavras, o consumidor anseia por causar inveja em outros indivíduos do meio social, e este desejo por inveja desvela uma necessidade de se sentir superior aos demais (aos invejosos).

Dentro da dialética da Teoria da Classe Ociosa de T. Vebler, juntamente com um de seus maiores postulados, O Consumo Conspícuo, vamos discutir a questão da liberdade, como bem supremo, objeto máximo de todo ordenamento jurídico e que, ao nosso ver, se encontra ameaçada no contexto de uma sociedade de consumo.

Num primeiro momento esta teoria pode parecer distante de nossa realidade, seja distante no tempo, seja distante dos conceitos filosóficos ora reinantes, mas, neste tópico, mostraremos como ela está presente no nosso dia a dia, e impacta diretamente no nosso processo de tomada de decisão frente a uma atitude de consumo.

Escritores contemporâneos também nos dizem algo semelhante. Ortiz (2000) nos diz a respeito da mundialização da cultura, e em como a ética do consumo não deriva apenas das necessidades econômicas mas em novas ferramentas de aglutinação social. Neste ínterim o autor aponta a publicidade como elemento apaziguador pessoal, que faz convergir ao inconsciente coletivo do consumo o indivíduo já atomizado, perdido numa multidão urbana, sem laços sociais e sem referências históricas.

Podemos dizer, assim como Lipovetsky (2001) Apud Del Losso (2011), que o consumo atual passa não pelo valor intrínseco do objeto mas pelo seu valor simbólico, pelo prestígio que ele confere ao consumidor no *status* social. Portanto o consumidor não consome apenas um produto mas consome também a empáfia atrelada a ele. A sua soberania está somente em querer o que é mais querido pela sociedade. Sua liberdade está subjugada a uma

máquina de fazer símbolos: a indústria da inovação com sua obsolescência programada e a publicidade, que mais que oferecer produtos, vende símbolos.

É preciso colocar tanto o consumo quanto os produtos dentro de suas categorias sociais, de meios melhoradores da vida, de garantidores de outros direitos, e não como um fim último da sociedade. Neste objetivo deve figurar a ética empresarial, a honestidade, a boa fé e sobretudo uma publicidade honesta.

Tomemos como exemplo a profícua campanha governamental contra o tabagismo. No sentido de diminuir o consumo de tabaco no Brasil, o governo há muitos anos vem empenhando esforços em diversas frentes para tentar refrear este hábito. Existem esforços legais e publicitários.

Os esforços legais se materializam na edição de leis que restringem o uso do tabaco em determinados locais, sejam eles restaurantes ou prédios públicos; há também esforços legais no campo tributário, com vias a uma arrecadação maior de impostos com o consumo. Este viés tributário tem dois objetivos: 1) cobrir parte das despesas médicas do futuro paciente que será acometido por enfermidades provenientes do uso do tabaco as quais são geralmente pagas pela sociedade através do SUS; e 2) aumentar o preço do produto para desestimular o seu consumo.

Os esforços publicitário vão no sentido de se diminuir o consumo. Tal processo se dá numa via educacional, uma vez que conscientiza o consumidor dos males que o uso do tabaco pode causar, e também numa via filosófico-social, já que tenta desconstruir um mito: o mito do consumo conspícuo, ou seja, o mito de que consumindo cigarros você se promove no meio social, se tornando mais bonito, mais inteligente e mais feliz.

A indústria do tabaco historicamente investiu pesadamente em marketing, tentando construir uma imagem de que usar o tabaco era uma coisa bonita e charmosa e que potencialmente outorgaria liberdade, o bem supremo da sociedade, razão máxima de todos os povos, como já dito.

Mas o que na prática acontece é justamente o contrário: o cigarro causa dependência, que é uma perda direta da liberdade de escolha; o cigarro envelhece; o cigarro causa infarto; o cigarro causa impotência sexual inibindo a liberdade de gozar de suas faculdades sexuais; o cigarro causa trombose limitando sua liberdade de locomoção. Ou seja, o cigarro não presta, não traz liberdade, pelo contrário, priva o indivíduo dela, o cigarro é então uma “droga”, não traz benefício algum e não deve ser usado.

A cruzada governamental antitabagismo logrou êxito. O percentual de fumantes caiu vertiginosamente nos últimos 25 anos, e continua em trajetória descendente. Ademais a campanha antitabagismo brasileira é exemplo para o mundo e copiada por muitos países hoje.

Trazemos este caso à tona para ilustrar como um consumidor pode se tornar vítima de sua própria liberdade individual. Um ambiente regido estritamente pela liberdade acaba por eliminá-la já que os indivíduos estão em condições de desigualdade, sendo assim, serão mais cedo ou mais tarde, vítimas do dolo, da má-fé ou da deslealdade a serviço de interesses (liberdades) individuais contundentemente apontados na direção de interesses coletivos e difusos.

Tal pensamento é o mesmo expresso por Slater (2002) que afirma: "*(...) Ironicamente, um mundo baseado no interesse individual puro deixa o indivíduo numa condição de debilidade crônica. (...) vulnerável à manipulação e às formas mais sutis de falta de liberdade. (...)".* Então o que podemos deduzir desta passagem é o mesmo que temos dito: as liberdades indivíduais utilizadas de forma estratégica acabam por solapar a liberdade no seu sentido mais amplo.

Tutelar a liberdade não é coisa fácil, pelo contrário é paradoxal. Para tanto precisa-se diminuir as desigualdades e coadunar interesses particulares (geralmente contundentes) a interesses coletivos (geralmente difusos).

Tutelar liberdades em uma relação de consumo é assegurar que o indivíduo detenha a posição de tomada de decisão e não a posição de vítima. Significa a desconstrução de mitos em relação a produtos, significa coibir práticas publicitárias abusivas, significa zelar pela boa fé nas relações de consumo. Neste sentido é que dizemos que o código de defesa do consumidor é uma norma moderna. Possui espírito evoluído e apto a produzir efeitos bons em nossa sociedade. Sua edição se deu em conformidade com uma demanda moderna, atendendo especificidades próprias das relações de consumo atuais, que todos nós conhecemos e que realmente precisam ser discutidas.

Com o seu paradigma da diferença, a proteção preferencial do mais fraco, tem-se instrumento útil para se refrear os abusos do poder econômico, é um esforço útil na preservação da liberdade em sentido *stricto* (na capacidade de dizer sim ou não para qualquer produto) e em sentido *lato* (na possibilidade de se viver uma vida melhor e mais longa).

Desta forma, e em diversas outras frentes, o Código de Defesa do Consumidor assegura a liberdade de fato: Coloca os conglomerados empresariais no seu restrito espaço de desenvolvimento econômico, dentro de limites éticos essenciais para a manutenção do ciclo social. Assegura ao consumidor a prerrogativa de mais frágil com diversas presunções

jurídicas. Preconiza o acesso à educação e à informação como forma de redenção plena, como forma de se obter uma liberdade genuína.

## CONCLUSÃO

O direito do consumidor é um direito humano por excelência e é peça crucial no direito brasileiro. Encontra respaldo na CR/88 e especialmente no CDC que é um exemplo de legislação moderna, voltada a um propósito específico e predefinido e seus ganhos vão além da demanda evolutiva do comércio, consagra uma barreira de proteção dos mais frágeis, impõe valores e princípios norteadores fazendo emergir novos paradigmas jurídicos, como o paradigma da diferença. Desta forma resgata o verdadeiro e primitivo interesse do direito: A proteção da sociedade contra o arbítrio seja do próprio estado, seja de particulares que contundentemente atentam contra o interesse coletivo e difuso. Em momento posterior o princípio do direito à liberdade é discutido no âmbito de uma sociedade de consumo, e em como pode ser obtida de forma verdadeira, dado o intenso assédio de setores produtivos em sua ânsia inequívoca de lucro e poder.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS


ALEXY, Robert. **Teoria de los derechos fundamentales.** Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, 1997.

BARROSO, Lucas Abreu; HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes; MORRIS, Amanda Zoe. **Direito civil – Direito dos contratos.** vol.3. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008.

BENJAMIM, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de Direito do Consumidor.** - 3ª ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2010

BOBIO, Norberto. **A era dos direitos**. 11ª Edição, Tradução: Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Lei 8.078 de 1990. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm. Acesso em 02 de Abril de 2016.

FELDSTEIN DE CÁRDENAS, Sara Lidia, "El Derecho internacional Privado y los Procesos de Integración Regional", em **Revista Síntesis Forense del Colegio de Abogados de San Isidro** *N° 85.* Ano LXXIX N° 52, Buenos Aires, 2015.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e o seu destino nas sociedades modernas.** Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MASSO, Fabiano Del. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

MAZZUOLI, Valério de Oliveira. **O consumidor - "depositário infiel", os tratados de direitos humanos, e o necessário diálogo das fontes nacionais e internacionais: A primazia da norma mais favorável ao consumidor.** *Revista Direito do Consumidor,* v. 71, p. 1 – 32, Jul. - Set. 2009.

_____. **Curso de Direitos Humanos**, 2ª ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense, 2015.

ORTIZ, Renato. **Mundialização da cultura.** São Paulo: Brasiliense, 2000.

PIOVESAN, Flávia. **Direitos humanos e o direito constitucional internacional.** 12ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

SERRANO JÚNIOR, Odoné. **O direito humano fundamental à moradia digna: exigibilidade, universalização e políticas públicas para o desenvolvimento**. Curitiba: Juruá, 2012.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito Constitucional Positivo.** 13ª ed. São Paulo.

SLATER, Don. **Cultura, consumo & modernidade.** Tradução de Dinah de Abreu Azevedo. São Paulo: Nobel, 2002.

VEBLEN, Thorstein Bunde. **A Teoria da Classe Ociosa – Um estudo econômico das instituições.** Trad. Olívia Krähenbühl. São Paulo: Atica, 1974.