



## **PLATAFORMA CONSUMIDOR.GOV.BR, DESJUDICIALIZAÇÃO DO CONFLITO DE CONSUMO E A INTERFACE COM SITUAÇÕES DE VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR**

### **PLATAFORMA CONSUMIDOR.GOV.BR, REDUCED JUDICIAL INVOLVEMENT IN CONSUMER CONFLICTS AND A INTERFACE WITH CONSUMER VULNERABILITY SITUATIONS**

|                     |            |
|---------------------|------------|
| <i>Recebido em:</i> | 30/08/2020 |
| <i>Aprovado em:</i> | 27/04/2021 |

**Cláudio José Franzolin <sup>1</sup>**

**Thabata Turatti <sup>2</sup>**

#### **RESUMO**

O dever do Estado em promover a Defesa do Consumidor está assegurado pela Constituição Federal, em seus direitos fundamentais. No entanto, para que essa defesa ocorra não basta garantir o acesso à justiça; é necessário, também, que haja diversidade de instrumentos por meio dos quais o consumidor possa alcançar uma proteção mais ampla dos seus direitos. Só que, por outro lado, a Política Nacional de Relações de Consumo, aponta, dentre outros, o

<sup>1</sup> Professor Dr. Pesquisador do PPGD Direito da Puc-Campinas; Doutor em Direito pela PUC-SP; Endereço eletrônico: cfranzol30@gmail.com

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Direito na Faculdade de Direito da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (Puc-Campinas); Endereço eletrônico: thataturatti@gmail.com



princípio da vulnerabilidade do consumidor. Ou seja, por meio de levantamento e releitura da doutrina, procura-se estabelecer uma análise da plataforma *consumidor.gov.br*, enquanto ferramenta eletrônica disponível na *internet*, com o propósito de estreitar a comunicação entre consumidor do fornecedor. Mas para que se reconheça o consumidor como protagonista na solução dos seus conflitos, prescinde também analisar a sua situação existencial de vulnerabilidade, de maneira que se alcance a igualdade material e não uma igualdade meramente formal. Neste contexto, este artigo visa estabelecer a interrelação entre a possibilidade da dita plataforma alçar mais efetividade, à medida que ela também incorpore mecanismos que reconheça e também promova a proteção do consumidor, conforme se acentua sua vulnerabilidade, como é o caso quando ele é endividado e também tem baixo nível de instrução.

**Palavras-chaves:** Plataforma *consumidor.gov.br* – Políticas Públicas – vulnerabilidade do consumidor

#### ABSTRACT

The duty of the State to promote the Consumer Defense is assured by the Constitution of the Federative Republic of Brazil, in its fundamental rights. However, it is not enough to guarantee access to justice for this defense, it is also necessary to have a diversity of instruments through which the consumer can achieve a broader protection of his rights. On the other hand, the National Policy for Consumer Relations points out, among others, the principle of consumer vulnerability. In other words, through a survey and rereading of the doctrine, an attempt is made to establish an analysis of the platform *consumidor.gov.br*, as an electronic tool available on the Internet, with the purpose of strengthening communication between the consumer and the supplier. But, in order to recognize the consumer as the most protagonist in the solution of their conflicts, it is also necessary to analyze their existential situation of vulnerability, in order to achieve material equality and not merely form equality.



In this context this article aims to establish the interrelation between the possibility of the platform to improve effectiveness, as it can incorporate mechanisms that it recognize and also promotes consumer protection, according is accentuated vulnerabilities, as is the case when the consumer is indebted and also has a low level of education.

**Keywords:** Consumidor.gov.br Platform – Public Policies – vulnerability of consumer

## 1. INTRODUÇÃO

Em *O Fabuloso Destino de Amélie Poulain*<sup>3</sup>, a personagem Amélie compreende que são os pequenos detalhes e decisões rotineiras que definem o grau de satisfação de sua vida, bem como suas características, o que é diferente do que se verifica hoje, em meio a “sociedade de consumo”. Gilles Lipovetsky a denomina de “hiperconsumo”<sup>4</sup>. Ou seja, uma sociedade de consumo em movimento. O filme, porém, transmite a mensagem no sentido de a personagem buscar a satisfação pessoal na busca pelas coisas mais simples e não nos objetos tipicamente de consumo. Mas, hoje, destaca-se, de longe, o consumo.

Um fenômeno que desperta na sociedade de consumo é que, mais do que a procura por bens e serviço, há um novo perfil denominado ‘consumidores emocionais’, isto é, a identificação e a satisfação emocional do consumidor com um dado bem ou serviço de consumo<sup>5</sup>.

Em consequência dessa busca, as decepções e os conflitos decorrentes da aquisição desses bens e serviços são cada vez mais acentuados, haja vista que a cada vício ou defeito

<sup>3</sup>*Tão sensível ao charme das coisas simples da vida* (O Fabuloso Destino de Amélie Poulain. Direção de Jean-pierre Jeunet. Produção de Claudie Ossard, Helmut Breuer, Bastian Griesse. Intérpretes: Audrey Tautou, Mathieu Kassovitz, Dominique Pinon, Rufus, Urbain Cancelier, Isabelle Nanty, Claire Maurier. Roteiro: Jean-pierre Jeunet, Guillaume Laurant. Música: Yann Tiersen. França: Claudie Ossard Productions, 2001. (122 min.), son., color. Legendado).

<sup>4</sup>LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo* [Trad. Maria Lucia Machado]. São Paulo, Companhia das Letras, 2007, p. 25.

<sup>5</sup>LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal*. Ob cit. p. 41.



nos produtos e serviços adquiridos, como publicidade enganosa, práticas abusivas, falta de segurança etc, impactam diretamente na satisfação pessoal do consumidor.

A acentuação do aumento dos litígios consumeristas é notável ao analisar que eles foram o 2º assunto mais demandando na Justiça Estadual de 1º grau<sup>6</sup>, em grande parte esses conflitos surgem em virtude da frustração do consumidor diante de vícios ou má qualidade dos produtos ou serviços, como mostra o Boletim Sindec 2018, o qual analisou que dentre os principais problemas das reclamações feitas aos PROCONS está em primeiro, os referentes à Cobrança (40,8%); em segundo, os relacionados aos problemas decorrentes de contrato (16,7%); terceiro, relacionam-se aos problemas derivados da frustração do consumidor em decorrência do vício e da qualidade do produto ou serviço adquirido (12,4%)<sup>7</sup>.

Nesse contexto, soma-se a situação de vulnerabilidade<sup>8</sup> do consumidor. Nesse sentido, novas formas para estreitar o contato entre consumidor e fornecedor devem ser estimuladas para se tentar que eles, diretamente, busquem alguma solução para os conflitos decorrentes de consumo gerado entre eles. Uma dessas formas de contato é a plataforma *consumidor.gov.br.*, enquanto um instrumento público e acessível por meio da *internet* a facilitar o diálogo direto entre consumidor e fornecedor. Ou seja, ela se apresenta enquanto uma política pública, na tentativa de materializar o que consta do art. 5º XXXII<sup>9</sup>, da Constituição Federal, no qual expressamente reconhece o direito fundamental de que o Estado deve promover a proteção do consumidor; a partir daí, desponta o Código de Defesa

<sup>6</sup>JUSTIÇA EM NÚMEROS 2019. *Conselho Nacional de Justiça - CNJ*, 2019. [Disponível em: <[https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/conteudo/arquivo/2019/08/justica\\_em\\_numeros20190919.pdf](https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/conteudo/arquivo/2019/08/justica_em_numeros20190919.pdf)>. Acesso 19/10/2019.

<sup>7</sup>BOLETIM SINDEC 2018. Secretaria Nacional do Consumidor - Senacon, 2018 [Disponível em: <<http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/sindec/boletim-sindec-2018.pdf>> Acesso 17/11/2019

<sup>8</sup>"Situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção" MARQUES, Cláudia Lima *et al. Manual de direito do consumidor*, p. 87.

<sup>9</sup>"Art. 5º, XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor" [BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm). Acesso em 14 out. 2019].



do Consumidor (L. 8.078/1990 – CDC) e que reconhece, dentre os direitos básicos do consumidor, o direito de ser protegido na esfera judicial e administrativa.

Além disso, no CDC aponta, como um dos objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo, o “princípio da harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico” (art. 4º, III, do CDC).

Despontam-se, a partir desses direitos básicos, nesse estudo, algumas reflexões jurídicas acerca da importância da plataforma consumidor.gov.br., pois ela permite que se potencialize uma “(...) forma rápida e desburocratizada”<sup>10</sup> a facilitar o diálogo direto entre consumidor e fornecedor.

Dentre algumas reflexões destacam-se alguns aspectos que entendemos a necessária abordagem nesse estudo: sendo o consumidor reconhecido, expressamente, como vulnerável (art. 4º, I, do CDC), a plataforma contribui para potencializar mecanismos facilitadores que possam atenuar o desequilíbrio da relação de consumo conflituosa? A plataforma acompanhará de forma efetiva a evolução tecnológica, ou seja, ela aperfeiçoar-se-á como canal para efetivamente contribuir na proteção de situações de consumidor mais vulneráveis?

Para desenvolver a pesquisa o método adotado será o hipotético-dedutivo<sup>11</sup>. O estudo envolve uma perspectiva crítico-dogmática acerca do manejo dela pelo consumidor na etapa anterior ao ajuizamento de alguma pretensão jurisdicional. Ademais, a presente pesquisa será baseada, primeiramente, nos dados produzidos pela própria plataforma; depois, avançam-se para algumas reflexões na interface dela com a vulnerabilidade do consumidor.

<sup>10</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR. Conheça o Consumidor.gov.br. (Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 15 ago. 2019).

<sup>11</sup>MARCONI, Marina de. Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2003, em especial p. 95.



Ressalte-se que não deixamos de estabelecer conexões, ainda que de forma oblíqua, com as situações de pandemia do COVID-19, embora este tema não seja o foco precípua desse estudo.

Apontam-se, assim, aspectos envolvendo a vulnerabilidade do consumidor, sem a pretensão de aprofundar as várias classificações as quais ela apresenta. Isto é, captamos algumas vulnerabilidades que, salvo melhor juízo, devem, cada vez mais, serem adaptadas para aperfeiçoar a solução dos conflitos de consumo por meio da plataforma *consumidor.gov.br*, à medida que ela possa ser mais sensível às situações existenciais de parcela elevada da população, sob a perspectiva de que parte da população não tem ensino fundamental completo ou mesmo são consumidores endividados.

## 2. O IMPACTO DA VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR NA SOLUÇÃO DOS CONFLITOS POR MEIOS ALTERNATIVOS

A título de introito, esclareça-se que o próprio Código de Defesa do Consumidor (L. 8.078/1990-CDC), reconhece como um dos princípios da Política Nacional, que o consumidor é vulnerável (art.4º, I, do CDC), o que significa afirmar que nas relações de consumo essa vulnerabilidade<sup>12</sup> acarreta um nítido desequilíbrio<sup>13</sup>. Ademais, como pontua Bruno

---

<sup>12</sup>“Situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza, enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo. Vulnerabilidade é uma característica, um estado do sujeito mais fraco, um sinal de necessidade de proteção” (BENJAMIN, Antonio Herman Vasconcellos.; MARQUES, Claudia Lima.; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014, em especial p. 87). No mesmo sentido: MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. São Paulo: RT, 2002, p. 306

<sup>13</sup>MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Ob. cit., p. 151.



Miragem<sup>14</sup>, é preciso também considerar como o consumidor manifesta sua opção de consumo, pois, conforme a situação, tal vulnerabilidade poderá se acentuar ainda mais.

Outro aspecto pertinente aos conflitos consumeristas é que as situações prejudiciais em detrimento do consumidor, normalmente, são condutas continuadas e, muitas vezes, praticadas pelos mesmos fornecedores. Por exemplo, reclamações feitas pelos consumidores acerca do serviço prestado pela empresa de telefonia móvel podem ser vícios reiterados e praticados pelos mesmos fornecedores<sup>15</sup>.

Um aspecto a considerar é que o CDC é expressamente reconhecido, consoante seu art. 1º, por meio de normas de ordem pública<sup>16</sup>; assim, não é porque há estímulo para que haja diálogo entre fornecedor e consumidor que os ajustes firmados entre eles sempre devem prevalecer. Ainda, os órgãos administrativos (por ex., PROCONS) devem ser, também, caixas de ressonância para acompanhar a maneira como estão sendo conduzidas as soluções dos problemas pelos fornecedores junto aos seus consumidores e se estão correspondendo às expectativas destes de forma satisfatória.

---

<sup>14</sup>“(…) a adoção de práticas agressivas de contratação e a sensível restrição da liberdade de contratar de uma das partes (os não profissionais, leigos) assinalam a debilidade destes sujeitos na relação contratual, indicando a necessidade do reconhecimento desta situação pelo direito, de modo a promover a proteção do vulnerável. A liberdade de contratar e o princípio da autonomia da vontade, que fundamentavam o direito civil clássico, tornam-se insuficientes para assegurar a justiça e o equilíbrio nestas relações contratuais, determinando a necessidade da proteção dos mais fracos na sociedade de consumo de massas”. (MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. Ob. cit. p 49).

<sup>15</sup>BOLETIM SINDEC 2018. Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON, 2018, p. 42 (Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/sindec/boletim-sindec-2018.pdf> > Acesso 17/11/2019). Destaque, nesse segmento, a RES. 623/2013 da ANATEL, sobre o Conselho de Usuários.

<sup>16</sup>Conforme Francisco Amaral, normas de ordem pública são normas cogentes, não sendo possível sua derrogação; conforme o autor, “conjunto de normas que regulam os interesses fundamentais do Estado ou que estabelecem no direito privado, as bases jurídicas da ordem econômica e social”, mas ressalta que não se confundem normas de ordem pública com direito público (AMARAL, Francisco. *Direito civil: introdução*. 5ª ed. Rio de Janeiro, Renovar, 2003, p. 73). Ainda, Cláudia Lima Marques esclarece que “o Código de Defesa do Consumidor é uma lei de *função social*, traz normas de direito privado, mas de ordem pública (direito privado indisponível)” (MARQUES, Cláudia Lima. *A Lei 8.078/1990 e os direitos básicos do consumidor*. BENJAMIN, Antonio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 7 ed. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2016, p. 61-98, em especial, p. 62.



Dentre os vários órgãos envolvidos na esfera administrativa, para promoção e defesa do consumidor, há o Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), ao lado dos outros órgãos estaduais, distritais e municipais e, também, entidades privadas de defesa do consumidor, enquanto integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC)<sup>17</sup>, conforme art. 105, do CDC.

Destaca Luciano Timm<sup>18</sup> que mais de 900 (novecentos) órgãos integram dito Sistema: PROCONS municipais e estaduais, SENACON<sup>19</sup>, defensorias públicas, Ministério Público e organizações civis.

A preocupação com uma atuação mais ativa do Estado na tutela do consumidor é percebida, por exemplo, no art. 106, do CDC, ao dispor sobre as atribuições do Departamento Nacional de Defesa do Consumidor, da Secretaria Nacional de Direito Econômico (MJ), quando destaca, dentre outras, as de natureza consultiva, fiscalizatória, e, ainda, executivas, como receber, analisar, avaliar e encaminhar consultas (art. 106, II, III e IV, do CDC). Mas é imprescindível que haja diálogo entre todos os órgãos.

---

<sup>17</sup>“O Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) está regulamentado pelo Decreto Presidencial nº 2.181, de 20 de março de 1997, e congrega PROCONS, Ministério Público, Defensoria Pública, Delegacias de Defesa do Consumidor, Juizados Especiais Cíveis e Organizações Cíveis de defesa do consumidor” JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC. (Disponível em: <https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil/anexos/sistema-nacional-de-defesa-do-consumidor-sndc>. Acesso em: 25 out. 2019).

<sup>18</sup>TIMM, Luciano Benetti. Desjudicializar o direito do consumidor, mas sem precarizá-lo. *Estadão* (26/3/2019). [Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/desjudicializar-o-direito-do-consumidor-mas-sem-precariza-lo/>> Acesso 26 dez.2019]

<sup>19</sup>“A Secretaria Nacional do Consumidor (**SENACON**), criada pelo Decreto nº 7.738, de 28 de maio de 2012, integra o Ministério da Justiça e tem suas atribuições estabelecidas no art. 106 do *Código* de Defesa do Consumidor e no art. 3º do Decreto nº 2.181/97. A atuação da SENACON concentra-se no planejamento, elaboração, coordenação e execução da Política Nacional das Relações de Consumo, com os objetivos de: i. garantir a proteção e exercício dos direitos dos consumidores; ii. Promover a harmonização nas relações de consumo; iii. Incentivar a integração e a atuação conjunta dos membros do SNDC; e iv. Participar de organismos, fóruns, comissões ou comitês nacionais e internacionais que tratem da proteção e defesa do consumidor ou de assuntos de interesse dos consumidores, dentre outros.” MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. O que é SENACON. (Disponível em: <https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/o-que-e-senac>. Acesso em: 1 out. 2019).



Tais atribuições devem sempre contribuir para uma renovação na construção de relações de consumo, no intuito de permitir ao consumidor alcançar condições existenciais mais emancipatórias por meio de uma cidadania<sup>20</sup> mais proativa, como, por exemplo, ter meios e condições de obter informações e assimilá-las sobre este ou aquele fornecedor (art. 44, do CDC) e, assim, realizar no plano concreto, seu direito básico de escolha (art. 6, II, do CDC). Tal direito de escolha, porém, só se efetiva na prática, à medida que se lançam ferramentas e instrumentos por meio dos quais se atenua a vulnerabilidade do consumidor por meio de medidas concretas: informações de forma simplificada, vídeos institucionais por meio de linguagem fácil e acessível e situações lúdicas etc.

Detendo-se no âmbito administrativo, é importante também que o consumidor seja mais protagonista ao tentar solucionar seus conflitos de consumo de forma desjudicializada (os Procons são sensíveis a esse aspecto, tanto que o papel deles se destaca na coletividade, como se verá mais adiante).

Detendo-se no nosso estudo, é preciso que os integrantes do Sistema Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor, conjuntamente com Agências Reguladoras e entidades protetivas estejam quanto mais articuladas.

Ressalte-se que o objetivo da Política Nacional das Relações de Consumo, conforme art. 4º, da L. 8.078/90 (CDC) é captar as mais variadas necessidades dos consumidores em seus múltiplos aspectos, de maneira a valorizar a transparência e a harmonia das ditas relações, além de reconhecer a vulnerabilidade deles (art. 4º, I, do CDC), sendo, assim, imprescindíveis

---

<sup>20</sup>VERBICARO, Dennis. A construção de um novo modelo de cidadania participativa do consumidor a partir da política nacional das relações de consumo. *Revista de direito do consumidor*, v. 110: 31-339 (Mar-Abr/2017), em especial, p. 313.



ações governamentais para protegê-los<sup>21</sup>, harmonizando as relações de consumo como forma de equilibrar os ditames da ordem econômica, previsto no art. 170<sup>22</sup>.

Afinal, conforme Cláudia Lima Marques destaca, na sociedade de consumo “nada é ‘casual’, tudo é ‘business’, tudo é valor, economia, é opção”<sup>23</sup>. Assim, conflitos haverá!

É necessário aperfeiçoar a atuação mais emancipatória do consumidor. Sublinhe-se, ampliar sua participação cidadã, mas, sem desconsiderar que o consumidor ostenta uma situação existencial de vulnerabilidade<sup>24</sup>. Isto é, imprescindível considerar se os consumidores estão devidamente aparelhados ou não de informações e aptos para avaliá-las e, assim, conduzirem a autocomposição dos seus litígios em consonância com a vontade concreta e real deles e em consonância com a ordem pública.

Nesse sentido, merece proteção especial o consumidor, conforme algumas situações existenciais, dentre as quais, reduzido grau de instrução, endividamento e acesso dele aos serviços essenciais e aos bens comuns (por ex. água, saneamento, coleta seletiva de resíduos, bem-estar).

Sob a perspectiva mais específica da conciliação e da mediação, Fabiana D’Andrea Ramos reconhece, por um lado, a importância desses institutos para solução de conflitos (art.

---

<sup>21</sup>“Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores”. (L8.078/90-CDC).

<sup>22</sup>“Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos a existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: V - defesa do consumidor; (...)” (BRASIL/CF88).

<sup>23</sup>MARQUES, Cláudia Lima. Apresentação da obra de Laís Bergstein. *O tempo do consumidor e o menosprezo planejado*. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2019, p. 25.

<sup>24</sup>MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. 2ª. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014, p. 150.



165, do Código de Processo Civil-CPC), mas a autora pondera que é preciso que eles também estejam sensíveis à vulnerabilidade do consumidor.

Para demonstrar sua preocupação de como a conciliação e a mediação devem se articular com a vulnerabilidade do consumidor, a autora cita dois exemplos concretos no âmbito da conciliação e mediação, os quais levaram em conta a situação existencial de vulnerabilidade dos consumidores. Um é o “Projeto Conciliar é Legal” - conflitos relacionados ao superendividamento - e o outro, o PI-447<sup>25</sup>- conflitos envolvendo acidente de consumo baseado no desastre aéreo do Voo 477, da *Air France*.

Após analisá-los, Fabiana Ramos aponta três princípios que devem ser observados no âmbito da mediação e arbitragem, quais sejam: *i.* autonomia da vontade e igualdade das partes; *ii.* imparcialidade, independência e competência do mediador/conciliador e *iii.* confiança e confidencialidade.

Sobre o princípio da autonomia da vontade significa, conforme a autora, que os mecanismos de solução de conflitos permitem restabelecer a participação mais ativa do consumidor na solução de seus conflitos; em suma, eles contribuem para que o consumidor se torne protagonista “e senhor dos seus conflitos”<sup>26</sup>; mas para que o consumidor realmente seja protagonista devem ser adotados “métodos e ações que propiciem uma compensação das desigualdades verificadas no plano prático”<sup>27</sup>.

O outro princípio apontado pela autora é da imparcialidade. Para se efetivar dito princípio, ela aponta como ferramenta para reequilibrar a relação entre fornecedor e

---

<sup>25</sup>“Foi uma mediação em um sistema especialmente desenhado para uma situação específica: o programa de indenização para os familiares das vítimas do Voo 447 da Air France, que caiu no oceano Atlântico no dia 31 de maio de 2009” (ARAUJO, Nádia de; FÜRST, Olívia. Um exemplo brasileiro do uso da mediação em eventos de grande impacto: o programa de indenização do voo 447. *Revista de Direito do Consumidor*, n. 91: 337-349 (Jan-Fev/2014)

<sup>26</sup>RAMOS, Fabiana D’Andrea. Métodos autocompositivos e respeito à vulnerabilidade do consumidor. *Revista de direito do consumidor*, v. 109: 336-348 (Jan-Fev/2017), em especial, p. 343.

<sup>27</sup>RAMOS, Fabiana D’Andrea. Métodos autocompositivos e respeito à vulnerabilidade do consumidor. Ob cit. p. 344.



consumidor que, ao utilizarem ditos meios autocompositivos, é importante a participação de autoridades públicas (por exemplo, o Ministério Público) e, caso haja a participação de entidades privadas de conciliação, sejam selecionados conciliadores e mediadores para exercerem a função com período de tempo pré-estabelecido.

Por derradeiro, o último princípio destacado pela autora é da confidencialidade. Ensina D'Andréa que, durante o processo de autocomposição, as partes tomam conhecimento dos mais variados fatos e informações umas das outras. Nesse sentido, é importante que não haja exposição para o público de quaisquer situações narradas nem pelos fornecedores e nem pelos consumidores; ainda, que os ditos fatos, ao serem narrados como forma de as partes justificarem suas posições, não sejam manipulados como “armas”<sup>28</sup>, ou seja, estas não podem ser usadas, de alguma forma, nem pelo fornecedor nem pelo consumidor, num futuro litígio, caso não tenha prosperado a autocomposição.

Em suma, esses princípios podem ser capitaneados para este trabalho quando se analisa o consumidor que pretende manusear a plataforma *consumidor.gov.br*, afinal, sua condição de vulnerabilidade não será eliminada ao tentar manejá-la para buscar a solução mais rápida do seu problema, diretamente, com o fornecedor.

Embora tais princípios apresentados sejam direcionados para mediação e conciliação, defendemos sua extensão para serem premissas para o presente estudo quando se analisa a plataforma e seu manuseio pelo consumidor, dada sua condição de vulnerabilidade e nítido desequilíbrio, típico das relações de consumo.

Em suma, sendo uma plataforma eletrônica, ela tem uma abrangência em todo o território nacional, o que potencializa, ainda mais, sua função social na pacificação de conflitos consumeristas; isto é, defende-se que a plataforma assuma um papel proativo, não apenas de comunicação entre consumidor e fornecedor, mas, que ela possa assegurar maior

---

<sup>28</sup>Expressão da autora (RAMOS, Fabiana D'Andrea. Métodos autocompositivos e respeito à vulnerabilidade do consumidor. Ob cit. p. 346).



participação do consumidor, tendo sempre, observadores e tutores, conforme a situação existencial de vulnerabilidade do consumidor seja mais acentuada ou não.

### 3. PLATAFORMA CONSUMIDOR.GOV.BR CRIAÇÃO, NATUREZA JURÍDICA E DELIMITAÇÃO CONCEITUAL

A sociedade incorporou a *internet*<sup>29</sup>, por conseguinte, passou a repercutir no consumo, afinal, segundo a pesquisa feita do TIC Domicílios 2018, um terço dos usuários de *internet* no Brasil utilizam-se dela para ter acesso aos produtos e serviços, considerando, ademais, o aumento de 19 milhões de usuários desde o ano de 2012<sup>30</sup>. E tal realidade *online* também passa a ser aproveitada para ser uma forma de se buscar a comunicação entre fornecedor e consumidor, de forma institucionalizada, como mecanismo de se tentar estreitar o contato entre consumidor e fornecedor diante de conflitos de consumo.

Quanto à plataforma digital, em 2014, por meio do Decreto nº 8.573<sup>31</sup>, com base no disposto no artigo 4º, inciso V do Código de Defesa do Consumidor<sup>32</sup> e artigos 7º inciso I, II e

---

<sup>29</sup>“A proporção de usuários de Internet no Brasil, embora estável em relação a 2017 (67%), continuou seguindo a tendência de crescimento observada nos últimos anos, chegando a 70% em 2018. Isso representa uma estimativa de 126,9 milhões de indivíduos com dez anos ou mais conectados à rede” (COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2018. 16. ed. São Paulo. Grappa Marketing Editorial, 2019. p. 1-392, em especial p. 105).

<sup>30</sup>COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros. Ob cit. p. 105.

<sup>31</sup>BRASIL. DECRETO Nº 8.573, de 19 de novembro de 2015. Plataforma *consumidor.gov.br*. Dispõe sobre o Consumidor.gov.br, sistema alternativo de solução de conflitos de consumo, e dá outras providências. (Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/decreto/D8573.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/D8573.htm). Acesso em: 16 dez. 2019).

<sup>32</sup>Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:(Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995): V - incentivo à criação pelos



III do Decreto 7.963/2013<sup>33</sup>, foi lançada a plataforma *consumidor.gov.br*, um canal de prestação de serviços digitais para facilitar, ampliar e estreitar o contato direto entre consumidor e fornecedor e ser fonte de informações.

Esclarece-se que referida ferramenta digital ficou a cargo da Secretaria Nacional do Consumidor, SENACON, do Ministério da Justiça; ademais, ela é monitorada “em conjunto com os PROCONS, Defensorias Públicas, Ministérios Públicos, Agências Reguladoras, entre outros órgãos públicos, e também por toda a sociedade”<sup>34</sup>.

Ainda, a plataforma não se confunde com conciliação nem com mediação.

Além disso, vale ressaltar, em que pese a participação dos fornecedores, a princípio, seja voluntária, com a situação de Pandemia do COVID-19, o Secretário Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança publicou a PORTARIA 15, de 27 de março de 2020 que determinou<sup>35</sup> o cadastramento de todos os fornecedores que se enquadrem aos perfis descritos no artigo 2º <sup>36</sup> da dita Portaria.

---

fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo. (L. 8.078/90-CDC).

<sup>33</sup>Art. 7º O eixo de fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor será composto, dentre outras, pelas seguintes políticas e ações: I - estímulo à interiorização e ampliação do atendimento ao consumidor, por meio de parcerias com Estados e Municípios; II - promoção da participação social junto ao Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; e III - fortalecimento da atuação dos Procons na proteção dos direitos dos consumidores. (BRASIL. DECRETO Nº 7.963, de 15 de março de 2013. Institui o Plano Nacional de Consumo e Cidadania e cria a Câmara Nacional das Relações de Consumo. (Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm). Acesso em 15 dez. 2019).

<sup>34</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR. QUEM SOMOS. (Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/4>. Acesso em 15 dez. 2019).

<sup>35</sup>Vale ressaltar, porém, que, ante o período de pandemia, as empresas, com quadro reduzido de funcionários, além de atendimento reduzido junto aos mais diversos órgãos, sem contar as limitações de atendimento ao cliente diretamente com as empresas, a Portaria nº 15, de 27 de março de 2020, determinou às empresas que elas providenciem o cadastro delas na plataforma *consumidor.gov* viabilizando então, pela Secretaria Nacional do Consumidor, a notificação, de forma eletrônica, nos termos do art. 34 do Decreto no 2.181, de 20 de março de 1997 (PORTARIA 15, de 27 de março de 2020).

<sup>36</sup>“Art. 2º Observado o disposto no §1º deste artigo, os seguintes fornecedores deverão cadastrar-se na plataforma Consumidor.gov.br até trinta dias contados da entrada em vigor desta Portaria: I empresas com atuação nacional ou regional em setores que envolvam serviços públicos e atividades essenciais, conforme Decreto 10.282 de 20 de março de 2020; II - plataformas digitais de atendimento pela internet dedicadas ao transporte individual ou coletivo de passageiros ou à entrega de alimentos, ou, ainda, à promoção, oferta ou



Quando os fornecedores aderem à plataforma eles firmam o compromisso de adotarem condutas de colaboração e consideração, qual seja, providenciarão uma resposta aos consumidores; e, além disso, os fornecedores devem se esforçar para a resolução dos conflitos com seus consumidores; ou seja, espera-se dos fornecedores adimplirem deveres anexos cuja fonte é a boa-fé, quais sejam, deveres de colaboração, consideração, respeito e solidariedade em atenção à situação do outro que é o consumidor<sup>37</sup>.

O prazo para os fornecedores responderem as reclamações ou solicitações dos consumidores é de 10 dias. As entidades citadas de proteção do consumidor devem fiscalizar o cumprimento do prazo decenal concedido aos fornecedores, porém, não há sanção em detrimento deste.

Acrescente-se, ainda, que a plataforma contempla uma base de dados pública. Nela constam nomes dos fornecedores que adotam deveres de colaboração e de respeito na solução dos problemas dos seus consumidores quando eles reclamam.

Essa base de dados disponível permite ao consumidor que ele obtenha informações sobre o fornecedor com quem contratou ou pretende contratar, por exemplo, se este adota condutas de respeito em qualquer etapa da relação de consumo, inclusive, na etapa pós-

---

venda de produtos próprios ou de terceiros ao consumidor final; ou III - agente econômicos listados entre as duzentas empresas mais reclamadas no Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor da Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública (Sindec), no ano de 2019, nos termos do anexo desta Portaria. §1º A obrigação de que trata o caput somente se aplica às empresas de que tratam os incisos I a III acima caso elas ou os seus respectivos grupos econômicos: I - tenham faturamento bruto de no mínimo cem milhões de reais no último ano fiscal; II - tenham alcançado uma média mensal igual ou superior a mil reclamações em seus canais de atendimento ao consumidor no último ano fiscal; ou III - sejam reclamados em mais de quinhentos processos judiciais que discutam relações de consumo. § 2º Mediante prévia provocação do fornecedor interessado, a Coordenação-Geral do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor - CGSINDEC - poderá, a seu critério, dispensá-lo do cadastramento determinado nesta Portaria, em razão do baixo volume das demandas nos Órgãos de Defesa do Consumidor ou quando é verificado que o cadastramento não venha a facilitar a resolução de conflitos com o consumidor" (PORTARIA 15, DE 27 DE MARÇO DE 2020)

<sup>37</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR.COMO ADERIR – EMPRESAS. (Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/2> Acesso em 15 dez. 2019).



consumo; ainda, se a empresa tem muitos problemas envolvidos no mesmo sentido acerca de um dado vício no seu produto.

Enfim, a base de dados permitirá ao consumidor mais vigilância na forma como o fornecedor se comporta diante de uma reclamação.

É uma forma de o consumidor adotar condutas mais proativas. Por exemplo, ele refinará seu direito de escolha, dando preferência para os fornecedores que solucionam com celeridade os problemas apresentados pelos consumidores deles; ainda, o Conselho de usuários da Anatel poderá acompanhar reclamações usuais.

Permitirá aos atores envolvidos com a defesa do consumidor que eles acompanhem e avaliem as condutas dos fornecedores, à medida que verifiquem continuadas e reiteradas reclamações dos consumidores no mesmo sentido, como por exemplo, juros cobrados indevidamente, demora na exclusão do nome do consumidor junto aos órgãos de proteção e restrição ao crédito, dentre outras. Acrescenta-se que, inclusive, as entidades de defesa do consumidor ao imputarem uma conduta ilícita em detrimento de um dado fornecedor, podem demonstrar a verossimilhança das alegações apontando a grande quantidade de reclamações feitas pelos consumidores reiteradamente na plataforma. Por outro lado, o consumidor tem também sua parcela de colaboração para o sucesso da plataforma.

Isto é, o consumidor precisa se comprometer a apresentar os dados possíveis para ajudar na solução do conflito. Não só. Após obter a resposta do fornecedor, o consumidor deve, no prazo de 20 dias, classificar se sua reclamação foi *resolvida* ou *não resolvida*; ainda, deverá avaliar seu nível de satisfação com a resposta fornecida pelo fornecedor, numa escala entre um e cinco<sup>38</sup>, sendo um o nível mais baixo de satisfação.

No tocante a utilização da plataforma, ela não substitui órgãos que atuam na defesa dos consumidores; a própria plataforma - em sua página “Quem somos” - esclarece que ela

---

<sup>38</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR. Conheça o Consumidor.gov.br. (Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 16 dez. 2019).



“não constitui um procedimento administrativo e não se confunde com o atendimento tradicional prestado pelos Órgãos de Defesa do Consumidor” e, dessa forma, ela não substitui “o atendimento realizado pelos canais tradicionais de atendimento do Estado providos pelos PROCONS Estaduais e Municipais, Defensorias Públicas, Ministério Público e Juizados Especiais Cíveis”.<sup>39</sup>

Portanto, a plataforma enquadra-se como mais um meio alternativo de facilitação de contato direto entre consumidor e fornecedor, ou seja, ela não corresponde nem com a conciliação, nem com a mediação; mas, sugerimos que ela note as situações existenciais de certos consumidores e algumas preocupações cada vez mais de deveres sustentáveis; sugere-se que ela, dada sua abrangência, possa ser instrumentalizada para potencializar uma função social relevante para condução da solução de conflitos entre fornecedores e consumidores.

#### **4. ANÁLISE DA FUNCIONALIDADE DA PLATAFORMA COM BASE NOS DADOS POR ELA PRODUZIDOS.**

A presente pesquisa utilizou-se dos dados abertos publicados pela própria plataforma para elaborar gráficos que buscam ilustrar a funcionalidade da plataforma *consumidor.gov.br*.

Foram analisados os dados referentes as reclamações finalizadas no mês de novembro de 2019<sup>40</sup>; deles pode se extrair que apenas 0,52% das 69.438 reclamações finalizadas em novembro/2019 não foram respondidas.

---

<sup>39</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR. Conheça o Consumidor.gov.br. Ob cit.

<sup>40</sup>CONSUMIDOR.GOV.BR. *Indicadores*.

(Disponível

em:

<https://www.consumidor.gov.br/pages/dadosabertos/externo/>. Acesso em: 11 dez. 2019.



Segundo os mesmos dados se percebe que a Região Sudeste é a que mais demanda na plataforma (47%), bem como que os homens a utilizam mais do que as mulheres e que a faixa etária que mais busca a solução de seus conflitos pela plataforma são aqueles entre 31 e 40 anos, ao passo que aquela que menos busca são os jovens de até 20 anos, conforme expostos nos gráficos elaborados:

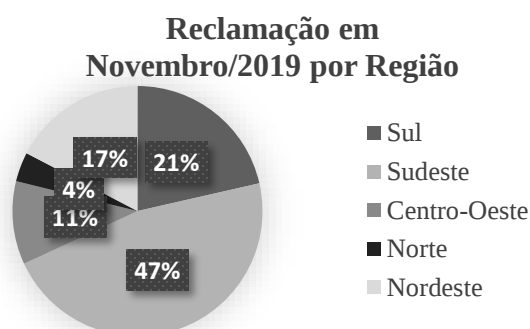


Gráfico - Autoria própria

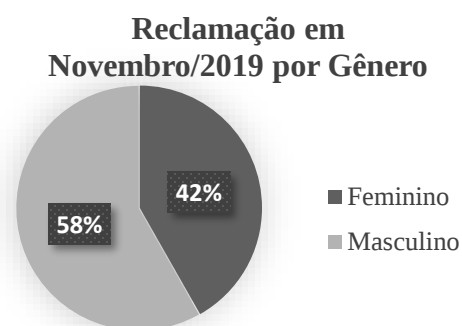


Gráfico - Autoria própria

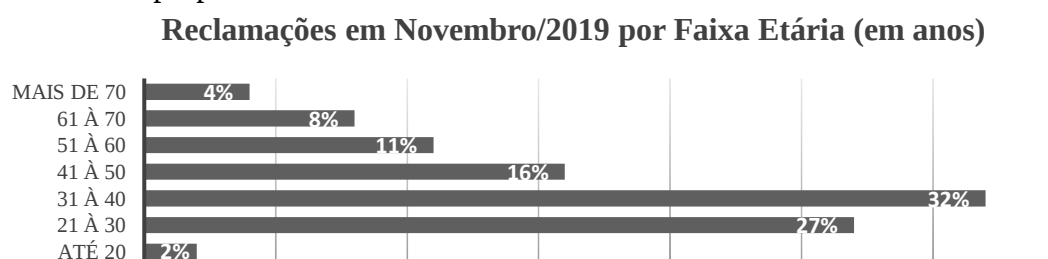


Gráfico - Autoria própria

Ademais, pelos mesmos dados, foi possível identificar, por meio dos parâmetros dados pela plataforma, o tempo de espera pela resposta do fornecedor, bem como quantas foram as reclamações avaliadas, resolvidas ou não resolvidas, qual a nota de satisfação dada pelos consumidores à plataforma pelas reclamações de novembro/2019 e, ainda, qual o segmento de mercado que ensejou mais reclamações no referido mês.



Gráfico - Autoria própria

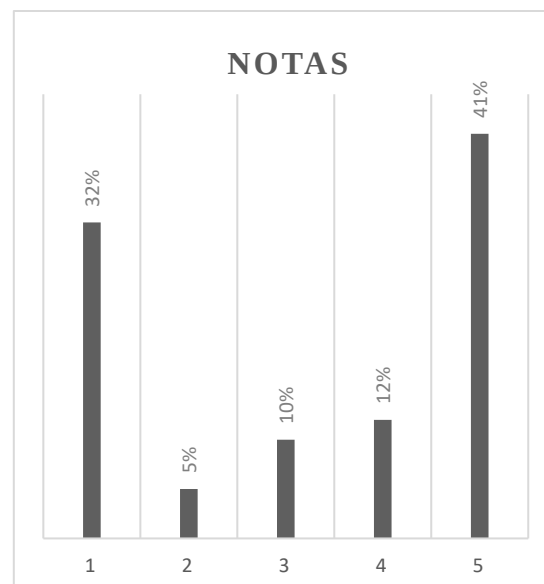


Gráfico - Autoria própria

#### Avaliação das reclamações de Novembro/2019

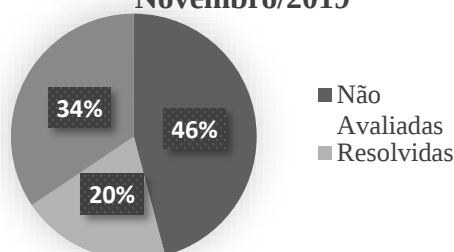


Gráfico - Autoria própria

#### Segmento de Mercado

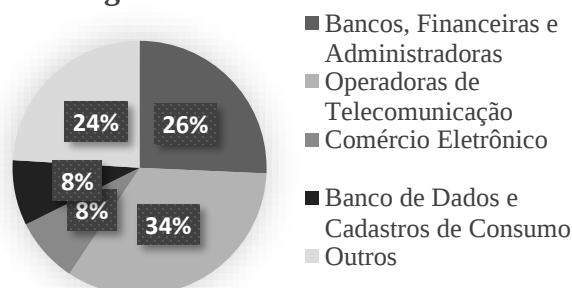


Gráfico - Autoria própria

Tendo em vista os gráficos acima, é possível perceber que o tempo médio de espera por resposta é de 10 dias, ou seja, o prazo limite determinado pela plataforma.

Ainda, vale adicionar que um dos problemas da plataforma é que 46% das reclamações realizadas e finalizadas não são avaliadas pelo consumidor e, com isso, a porcentagem de reclamações resolvidas ou não resolvidas resta prejudicada, afinal, praticamente a metade ficou sem ser computada como resolvida ou não.

Ademais, pelo gráfico do segmento de mercado percebe-se que as operadoras de Telecomunicação são as que mais ensejam reclamações na plataforma (em



Novembro/2019); ainda, o percentual delas em conjunto com o percentual de Bancos, Financeiras e Administradora, somados, correspondem 50% das reclamações realizadas em Novembro/2019, mostrando que estes segmentos possuem um déficit em proporcionar bons produtos e serviços ao consumidor. Chama a atenção, que são dois segmentos de atividades econômicas submetidos à regulação e que estão sob a ordenação de Agências Reguladoras, quais sejam, ANATEL e BACEN.

## 5. A SITUAÇÃO EXISTENCIAL DE VULNERABILIDADE DO CONSUMIDOR E A PLATAFORMA *CONSUMIDOR.GOV*

Louvável e respeitável o desenvolvimento de mais um canal de acesso pelo consumidor para que ele possa, diante de um problema de consumo, ter condições de se comunicar com o fornecedor; isto é, um canal institucional com o apoio estatal para potencializar o contato entre fornecedor e consumidor.

É importante estimular mecanismos mais rápidos, desburocratizado, e também econômicos, à medida que o consumidor pode, de qualquer lugar, e valendo-se até mesmo de um dispositivo móvel, se cadastrar e efetuar sua reclamação, seja em decorrência de vício ou defeito de um produto ou serviço, seja para questionar a cobrança de parcelas indevidas, ou para denunciar uma situação de fraude, dentre tantos outros problemas que se despontam na sociedade de consumo.

Destaque-se que, no setor de telecomunicações, há o Conselho de Usuário na ANATEL (Resolução 623/2013<sup>41</sup>). Dito Conselho pode capturar as reclamações dos usuários dos serviços de telecomunicações nos canais de relacionamento e também nos órgãos de defesa do consumidor (art. 17, V, da Res. 623/2013, da ANATEL) e auxiliar no acompanhamento das

---

<sup>41</sup>ANATEL. Regulamento de Conselho de Usuários. Disponível em: < <https://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/614-resolucao-623> > acesso 20 fev 2020].



soluções de problemas de consumo, o que só irá facilitar a própria tutela do consumidor, missão esta ativamente exercida no dia a dia dos PROCONS.

Significa afirmar que dito Conselho<sup>42</sup> poderá contribuir para o diálogo entre fornecedor e consumidor<sup>43</sup>; bem como significa que é necessário construir “um novo conceito de cidadania instrumental para as relações de consumo”<sup>44</sup> e o “desenvolvimento de uma autoridade compartilhada”<sup>45</sup>.

Mas, o que se destaca é a necessidade de que a plataforma, ante sua aptidão de penetração tão ampla no território nacional, possa se aperfeiçoar e adotar ferramentas protetivas diante da situação existencial de vulnerabilidade do consumidor, como é caso dos refugiados, moradores de áreas rurais, analfabetos, consumidores com reduzida escolaridade, superendividados, dentre outras situações, ou seja, a plataforma, dada a sua expansão e projeção, pode avançar e desempenhar um canal a mais de proteção efetiva para esses consumidores.

Captando o que Verbicaro<sup>46</sup> aponta sob perspectiva crítica para os contratos de consumo, há um desnível econômico tão grande entre consumidor e fornecedor, que não se pode desconsiderar que a situação de acentuada desigualdade e vulnerabilidade, fere e compromete a dignidade do consumidor em vários direitos e garantias, as quais foram incorporadas ao patrimônio jurídico do cidadão.

---

<sup>42</sup>Por exemplo, uma das atribuições dos membros do Conselho de Usuário, no âmbito da Anatel, é “V - propor assuntos para inclusão na pauta de reuniões do Conselho de Usuários a partir dos principais motivos constantes no registro de reclamações dos usuários dos serviços de telecomunicações nos canais de relacionamento do Grupo, bem como em órgãos de defesa do consumidor” (art. 17, I). [RES. ANATEL 613/2013. Disponível em: < <https://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/614-resolucao-623> > Acesso 27 agosto 2020)

<sup>43</sup>Não é proposta nesse trabalho fazer análise crítica do Conselho de Usuários e nem abordar sobre sua efetividade ou não no âmbito prático.

<sup>44</sup>VERBICARO, Dennis. A construção de um novo modelo de cidadania participativa do consumidor a partir da política nacional das relações de consumo. Ob cit. p. 335.

<sup>45</sup>VERBICARO, Dennis. A construção de um novo modelo de cidadania participativa do consumidor a partir da política nacional das relações de consumo. Ob cit. p. 335.

<sup>46</sup>VERBICARO, Dennis. *Consumo e cidadania*: identificando os espaços políticos de atuação qualificada do consumidor. São Paulo, Revista dos Tribunais. Rio de Janeiro, Lumen Juris, 2017, p. 41.



A situação de vulnerabilidade é uma das premissas estruturantes<sup>47</sup> do Código de Defesa do Consumidor (art. 4º, I, do CDC), afinal, “a vulnerabilidade representa o reconhecimento da necessidade de uma maior proteção”<sup>48</sup>; é uma condição existencial do consumidor, ante a dinâmica do mercado.

Nessa rota, bastante elucidativa as mais variadas condições de vulnerabilidades apresentadas, conforme apontam Flaviana Rampazzo e Adalberto Pasqualotto<sup>49</sup>: *i.* vulnerabilidade associada aos fatores biológicos do consumidor: a idade, a limitação ou não em virtude de alguma deficiência que acentua ou compromete seu direito de escolha; *ii.* vulnerabilidade decorrente de fatores sociais, culturais, educacionais, técnicos e econômicos: podemos citar, por exemplo, a condição financeira do consumidor. *iii.* vulnerabilidade associada ao próprio consumo. Citaría como exemplo, nesta situação, a limitação do consumidor para avaliar o produto adquirido, o qual, de alguma forma, pode comprometer sua segurança; *iv.* ainda, conforme os autores<sup>50</sup>, eles destacam a vulnerabilidade quanto aos aspectos geográficos. Ditos autores exemplificam quando o consumidor reside na periferia<sup>51</sup>, por exemplo, e o fornecedor se recusa a fazer entrega de um dado produto conforme o bairro ou local onde reside esse consumidor.

Há também uma vulnerabilidade que não pode ser desconsiderada, qual seja, a *vulnerabilidade ambiental*, apontada por Paulo Dal Pai Moraes<sup>52</sup>.

---

<sup>47</sup>PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. *Revista de direito do consumidor*, 113: 81-109 (Set-Out/2019), em especial, p.83.

<sup>48</sup>PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável. Ob cit. p. 86.

<sup>49</sup>PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável. Ob cit. p. 86.

<sup>50</sup>PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável. Ob cit. p. 86.

<sup>51</sup>PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável. Ob cit. p. 86

<sup>52</sup>MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais – interpretação sistemática do direito*. 3ª ed. Porto Alegre, Livraria do Advogado, 2009, p. 182.



Acerca da vulnerabilidade ambiental, o autor relaciona os bens e serviços de consumo que degradam e comprometem o meio ambiente. Merece destaque a valiosa contribuição do autor, porque a plataforma pode contribuir para assimilar mais sensibilidade sobre os valores ambientais.

Por exemplo, o consumidor poderia obter esclarecimentos sobre descarte de um dado produto.

Ainda, há a *vulnerabilidade institucional*<sup>53</sup>, conforme aponta, Rollo, mas, a qual, comportaria uma análise em especial e que não será abordada neste estudo.

Dentre essas situações, defende-se que a plataforma desempenhe não apenas um canal de comunicação entre consumidor e fornecedor, mas, inclusive, ante sua abrangência em todo território nacional, que ela possa incrementar ferramentas capazes de promover proteção especial do consumidor vulnerável.

O manejo da plataforma não pode, portanto, ser desassociada de que há grande parcela da população com baixo nível de escolaridade, que há parcela desempregada (sem ocupação), e endividada; ainda, há parcela considerável da população que não pode e sequer tem condições de ter acesso a um consumo mais sustentável, à medida que lhe é sonogado, por exemplo, acesso a bens comuns essenciais.

Sob a perspectiva existencial dos níveis de ocupação, conforme Pesquisa Nacional por domicílios Contínua (PNAD – Contínua), as pessoas de 14 anos ou mais de idade desocupadas, constaram 12.565 milhões no trimestre Jun-Ago/2019 e no trimestre dez/2019-Fev/2020, 12.343 milhões<sup>54</sup>. Tais aspectos ressoam na relação de consumo, afinal, toda pessoa, com ou

<sup>53</sup>ROLLO, Arthur. A vulnerabilidade institucional do consumidor e a difícil tarefa de combatê-la. *Consultor Jurídico* (30/5/2018) [Disponível: <https://www.conjur.com.br/2018-mai-30/arthur-rollo-vulnerabilidade-institucional-consumidor?imprimir=1> > Acesso 26/4/2020].

<sup>54</sup>PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRAS DE DOMICÍLIO CONTINUA (PNAD CONTÍNUA). Pessoas de 14 anos ou mais de idade, desocupadas na semana de referência. Tabela 5. [Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=resultados>>]



sem ocupação, é consumidora, mas acentua sua vulnerabilidade conforme esteja ou não mais exposta, ou seja, conforme possua ou não as mínimas condições materiais para sua subsistência.

Além disso, é preciso destacar o nível de endividamento do consumidor.

Sob a perspectiva da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (PEIC) – Dezembro de 2019, “o percentual de famílias que relataram ter dívidas entre cartão de crédito, cheque especial, cheque pré-datado, crédito consignado, crédito pessoal, carnê de loja, prestação de carro e prestação da casa alcançou 65,6% em dezembro de 2019”<sup>55</sup>, assim, destaca a pesquisa, tais dados ressoam numa alta em relação aos 65,1% observados em novembro de 2019”<sup>56</sup>.

Ressalte-se que tal situação de inadimplência ou endividamento, ante a Pandemia do COVID-19, acentua-se em detrimento do consumidor. É que, conforme a Confederação Nacional do Comércio (CNC), em março de 2020, nas famílias com renda até dez salários mínimos, o endividamento cresceu de 67,1% em março para 67,5%, e nas famílias com renda acima de dez salários mínimos, aumentou de 62,1% para 62,3% entre março e abril/2020”<sup>57</sup>. Sob a perspectiva do endividamento, merece destaque a necessidade da aprovação do Projeto de Lei 3.515/2015, enquanto um reforço da “dimensão ético-inclusiva e solidarista do CDC”<sup>58</sup>, cujo intuito é promover a instrumentalização de mecanismos para se prevenir o

<sup>55</sup>PESQUISA CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). Percentual de famílias com dívidas sobe em dezembro e alcança o maior patamar da série histórica (dez/2020), p. 1. [Disponível em: <http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-3>> Acesso 16 abril de 2020].

<sup>56</sup>PESQUISA CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). Percentual de famílias com dívidas sobe em dezembro e alcança o maior patamar da série histórica (dez/2020). Ob. cit.

<sup>57</sup>PESQUISA CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). Injeção de liquidez por conta da pandemia faz percentual de famílias endividadadas renovar recorde histórico em abril (abr/2020), p 1 [disponível em: <<http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-abril-de>> Acesso 17 abril de 2020].

<sup>58</sup> MARQUES, Cláudia Lima; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevics; LIMA, Clarissa Costa de. Exceção dilatória para os consumidores frente à força maior da Pandemia de COVID-19: pela urgente aprovação do PL



superendividamento da pessoa natural de boa-fé, enfim, é um Projeto que visa estabelecer um plano de pagamento de dívidas, por meio das mais variadas estratégias, o que não deixa de ser uma forma de reconduzir a situação de vulnerabilidade para um contexto de igualdade mais substancial.

Afinal, situações de endividamento do consumidor comprometem sua plena aptidão para negociar; além disso, acentuam-se suas dificuldades para ter acesso ao crédito, o que é fatal numa sociedade de consumo, afinal, como afirma Bucar, Pires e Mata, a situação de endividamento coloca o cidadão numa situação tal que, ao ser levado à insolvência, ele se torna, nas palavras dos autores, “um morto civil, um incapaz”<sup>59</sup>.

Como bem destacam Bucar, Pires e Mata<sup>60</sup> os impactos da pandemia do COVID-19 na pessoa humana passam a repercutir na saúde e, também, no patrimônio de boa parte da população – lê-se consumidores – acentuando ainda mais a sua vulnerabilidade.

Aproveitando, merece mencionar que os PROCONS (Associação Brasileira de PROCONS), sensível ao período pandêmico, estão com a campanha *Contrato não é Papel, Contrato Tem Rosto*.

O objetivo da referida campanha é orientar consumidores considerando a pandemia de Covid-19. Destaque-se que dita campanha visa a necessidade de se estabelecer mais sensibilidade, sob uma perspectiva “humanizada e transparente” do consumidor, enfim, propiciar o diálogo entre ele e o fornecedor, cada um mostrando suas dificuldades e, através

---

3.515/2015 de atualização do CDC e por uma moratória aos consumidores. *Revista de direito do consumidor*, n. 129: 47-71 (Mai-Jun/2020), em especial, p. 63.

<sup>59</sup>BUCAR, Daniel; PIRES, Caio; MATA, Rodrigo da. Notas sobre endividamento crítico e pandemia da Covid-19: a construção de uma saída para recuperação patrimonial da pessoa humana. MONTEIRO FILHO, Carlos Edison Rêgo; ROSENVALD, Nelson; DENSA, Roberta [Coordenadores]. *Coronavírus e responsabilidade civil: impactos contratuais e extracontratuais*. Indaiatuba (São Paulo), Editora Foco, 2020 [Ebook]

<sup>60</sup> BUCAR, Daniel; PIRES, Caio; MATA, Rodrigo da. Notas sobre endividamento crítico e pandemia da Covid-19. Ob cit [Ebook].



do “olho no olho”<sup>61</sup>, tentarem negociações possíveis para conservação dos contratos, assegurando a sobrevivência do consumidor e a preservação da atividade econômica. Tal campanha precisa ser mais explorada também, no contexto da Plataforma.

Ademais, outro aspecto para a plataforma contribuir com a construção do consumo é avaliar a situação envolvendo os alimentos.

É que a reclamação do consumidor pode envolver a falta de esclarecimento ou descumprimento do dever de informação acerca dos ingredientes, por exemplo, se contem ou não *glúten*; ou pode envolver os teores de açúcares. Enfim, as reclamações envolvendo esses temas comprometem o consumo mais sustentável e dificultam a promoção da saúde e bem estar do consumidor<sup>62</sup>. E estas questões devem merecer destaque especial, seja monitorando ou auxiliando o consumidor, por meio de algo que seja mais dialogado, afinal, a plataforma pode abranger consumidores que vivam em várias regiões do país.

Ainda, o consumo sustentável pode abranger e potencializar para situações que envolvam organismos geneticamente modificados (OGM)<sup>63</sup> e os riscos futuros, afinal, eles

---

<sup>61</sup>PROCON-MT. Procon-MT adere à campanha Procon-MT ‘Contrato não é papel, contrato tem rosto’ (20/4/2020) Disponível em: < <http://www.procon.mt.gov.br/-/14177472-procon-mt-adere-a-campanha-contrato-nao-e-papel-contrato-tem-rosto-> > Acesso: 27 de abril 2020).

<sup>62</sup>Segundo pesquisa feita pela ACT Promoção da Saúde, cujo nome é Aliança de Controle do Tabagismo reconhece, conforme pesquisa feita pela entidade, sobre, restrição na proibição de venda de bebidas açucaradas “em cantinas de escolas públicas e particulares e a criação de medidas, semelhantes às do cigarro, para reduzir o consumo de alimentos e bebidas não saudáveis. Consideram ainda que, como aconteceu com cigarros, a elevação do preço e alerta de advertências no rótulo seriam possivelmente medidas efetivas para reduzir o consumo de produtos não saudáveis” [ACT. Opinião da população brasileira sobre alimentos e bebidas não saudáveis (set/2019), p. 27. Disponível em: <http://actbr.org.br/pesquisas?Categ=&Tema=2&slug=pesquisas> > Acesso. 18 abr 2020].

<sup>63</sup>Nos termos da Lei de Biossegurança (L. 11.105/2005 - LBio), conforme art. 1o, ela disciplina sobre “normas de segurança e mecanismos de fiscalização sobre a construção, o cultivo, a produção, a manipulação, o transporte, a transferência, a importação, a exportação, o armazenamento, a pesquisa, a comercialização, o consumo, a liberação no meio ambiente e o descarte de organismos geneticamente modificados – OGM e seus derivados, tendo como diretrizes o estímulo ao avanço científico na área de biossegurança e biotecnologia, a proteção à vida e à saúde humana, animal e vegetal, e a observância do princípio da precaução para a proteção do meio ambiente”. No artigo 3º, V e VI, define organismo geneticamente modificado – OGM como o organismo cujo material genético – ADN/ARN, o qual tenha sido modificado por qualquer técnica de engenharia genética; e, quanto aos derivados de OGM, o produto obtido de OGM e que não possua capacidade autônoma de replicação



podem comprometer, diretamente, a saúde do consumidor ou, de alguma forma, comprometer o meio ambiente e, num segundo momento, a saúde da população. E, nesse sentido, a plataforma pode destacar mais sensibilidade sobre este aspecto entre fornecedor e consumidor, envolvendo comunicação, monitoramento e orientação.

Considerar a situação existencial de vulnerabilidade do consumidor pode contribuir para aperfeiçoar a plataforma e elevar a proteção dele. Não pode o consumo estar desassociado de alguns aspectos relacionados às situações existenciais do consumidor.

Ou seja, ser humano com fome não faz dele consumidor de alimentos, sob a perspectiva de uma relação privada; faz, sim, alguém sem o mínimo existencial e deixado à mercê e às margens da sociedade. Da mesma forma, cidadão sem moradia, não faz dele um consumidor que quer adquirir um imóvel; faz sim, alguém, excluído de um direito social fundamental de moradia. Consumidor com reduzido grau de instrução não faz dele alguém que, ao reclamar por meio da plataforma, esteja plenamente apto para avaliar a resposta do fornecedor; consumidor superendividado e sem mínimo material existencial está em efetiva situação de submissão.

Enfim, direito do consumidor é direito humano, ele é sujeito titular de direitos básicos, essenciais, fundamentais e sociais.

É preciso, portanto, assegurar direitos sociais e fundamentais, fortalecendo a dignidade do cidadão, pois, são esses aspectos que vão contribuir para despertar condutas mais ativas enquanto consumidor. Claro que educação para o consumo e políticas públicas nesse sentido também são importantes para conformar diálogos mais sensíveis entre consumidor e fornecedor. Porém, esses diálogos dependerão de outro estudo que não comporta nesse trabalho.

---

ou que não contenha forma viável de OGM. [LEI DE BIOSSEGURANÇA. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Lei/L11105.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11105.htm)> Acesso. 19 abril de 2020]



O que é importante e procuramos pontuar é que, por mais eficiente que possa sinalizar a plataforma, é necessário que ela se aperfeiçoe à medida que ela é manejada pelo consumidor, considerando as mais variadas situações de vulnerabilidade, já que ela tem uma vasta extensão, sendo seu acesso fácil por meio da internet, podendo abranger consumidores dos mais variados locais do território nacional e, nesse sentido, podem despontar variadas situações existenciais de vulnerabilidade, seja analfabeto, com reduzido grau de instrução ou alguém endividado, ou, ainda, idoso, ou, outras situações, afinal, cabe não apenas promover meios alternativos para solucionar problemas de consumo, mas, também, sempre sinalizar que o Estado, nas suas mais variadas formas de promoção de defesa do consumidor, tenha sempre em mira, que não há uma, mas variadas situações de vulnerabilidade do consumidor.

## CONCLUSÃO

O presente estudo buscou analisar a plataforma *consumidor.gov.br*, não de forma isolada, mas, sim, contextualizada, sob a perspectiva de uma sociedade de consumo, com certos consumidores em situações de expressiva vulnerabilidade. Ressaltamos que, embora não fosse a proposta estudar o consumo no período de pandemia, ela foi mencionada quando tinha algum aspecto dela relacionado a esta pesquisa.

Num primeiro momento, foi exposta, em apertada síntese, a necessidade de se considerar a situação existencial de vulnerabilidade do consumidor para que seja possível uma solução equilibrada por meio de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo, considerando que a vulnerabilidade é um dos princípios da Política Nacional das Relações de Consumo. A partir daí, foi exposta a estrutura da plataforma digital; ou seja, seu modo de funcionamento e requisitos, bem como foram analisados os dados da plataforma, afim de verificar as características daqueles que a utilizam.



Ademais, destacamos, também, a colaboração que ela pode proporcionar, ante a projeção dela em termos de atingimento geográfico, haja vista que a *internet* facilita o contato e conexão independentemente de onde as partes estejam nesse Brasil de dimensão continental.

Enfim, a plataforma se mostra eficiente, de maneira geral, porque facilita o contato direto entre o fornecedor e o consumidor.

No contexto contemporâneo, diante dos impactos sociais decorrentes do COVID-19, que exige isolamento social, a plataforma se torna alternativa viável ao consumidor para se comunicar com o fornecedor. Nessa rota, foi determinado pela Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor que algumas empresas se cadastrassem na plataforma para que os consumidores pudessem se comunicar com elas.

No entanto, o que se sugere, é que, dada a abrangência dela no território nacional como ferramenta de contato entre consumidor e fornecedor, ela se potencialize, também, como um canal de proteção daquele, conforme certas vulnerabilidades.

Afinal, a situação de vulnerabilidade do consumidor não pode ser afastada (art. 4º, I, do CDC) sem desconsiderar, ainda, que o Código de Defesa do Consumidor é lei de ordem pública (art. 1º).

Só que essa vulnerabilidade se acentua quando se verifica que há uma parcela expressiva da população com reduzida escolaridade; além disso, há parcela bastante endividada; e, ainda, há parcela, em situações de vulnerabilidade ambiental, porque não tem acesso a serviços de coleta, serviços de saneamento, água potável, além de terem contato com poluições diversas.

Mais especificamente, nesse período de pandemia, é possível destacar, ainda, uma situação mais grave de vulnerabilidade. Em que pese não seja objeto deste estudo, cumpre destacar, que o cenário de pandemia fez emergir uma parcela de população invisível ao Estado, que tenta elevar-se à condição de consumidora de bens essenciais, ao menos, para se



alimentar e adquirir bens de consumo para proteger-se (por exemplo, produtos de higiene, e álcool em gel), a qual passa a depender de auxílio emergencial<sup>64</sup>.

O que destacamos nesse trabalho foi a importância de incorporar os desafios de certas vulnerabilidades para melhorar a tutela do consumidor quando ele manejar a plataforma e, depois, tiver que assimilar ou avaliar a resposta dada pelo fornecedor.

Nessa rota, é importante considerar essa realidade brasileira. Assim, sugerimos que os gestores da Plataforma assimilem e afinem mecanismos para melhor acolher, avaliar, acompanhar, monitorar e verificar as reclamações e respostas dos fornecedores conforme situações especiais de vulnerabilidade dos consumidores (o superendividado e sem ocupação, o consumidor com reduzido grau de instrução e o consumidor que ostenta condição de vulnerabilidade ambiental). Afinal, eles são seres humanos e, conforme a situação de vulnerabilidade deles, ficam expostos de forma mais intensa às condutas e respostas dos fornecedores. Porém, é preciso uma percepção mais ampla do perfil dos consumidores nessas situações de vulnerabilidade.

Por exemplo, um consumidor que apresenta três reclamações distintas, para três fornecedores diversos, sugerindo renegociações de suas dívidas, seria mais conveniente que a plataforma fosse equipada de maneira que um colaborador dela possa canalizar as três reclamações, permitindo articulação delas e, assim, avaliar a extensão do endividamento do consumidor, de forma a auxiliá-lo e a tutelá-lo nessa situação.

Isto é, o canal digital de diálogo direto entre consumidor e fornecedor desenvolvido pela Secretaria é importante; mas, para certas vulnerabilidades, é preciso mais; é preciso considerar que numa sociedade com diversidade de situações existenciais, há certas vulnerabilidades no direito do consumidor que demandam proteções especiais.

---

<sup>64</sup>BARROS, Ciro; SILVA, José Cícero da; DOMENCINI, Thiago. À espera do auxílio emergencial: “A gente vai ficando sem ter o que comer em casa”. *A Pública* (8/4/2020) [Disponível em: < <https://apublica.org/2020/04/a-espera-do-auxilio-emergencial-a-gente-vai-ficando-sem-ter-o-que-comer-em-casa/> > 22 de abril de 2020].



Nessa rota, os PROCONS caminharam bem articulados com a realidade.

Sensível aos impactos da pandemia no mercado de consumo e ao aumento do desemprego e, conseqüentemente, ao endividamento do consumidor em virtude da COVID-19, sabiamente, os PROCONS lançaram a Campanha “Contrato não é Papel, Contrato tem Rosto”. Uma campanha voltada para humanizar as relações entre fornecedores e consumidores. Ou seja, uma campanha de valorização da pessoa humana do consumidor.

Essa campanha poderia ser assimilada na Plataforma, por meio de capacitação de colaboradores para avaliarem a maneira como os fornecedores estão respondendo as reclamações dos consumidores e o que pode ser feito para melhorar essa interlocução, principalmente para estas situações em destaque de vulnerabilidade.

Em suma, aperfeiçoar mecanismo de diálogo na Plataforma *consumidor.gov* poderá, efetivamente, promover proteção especial para certos consumidores mais vulneráveis e, também, poderá contribuir para fortalecer o consumidor a solucionar seus conflitos.

## REFERÊNCIAS

ACT. Opinião da população brasileira sobre alimentos e bebidas não saudáveis (set/2019), p. 27. Disponível em: <http://actbr.org.br/pesquisas?Categ=&Tema=2&slug=pesquisas> Acesso. 18 abr 2020.

AMARAL, Francisco. *Direito civil*: introdução. 5ª ed. Rio de Janeiro, Renovar, 2003.

ANATEL. REGULAMENTO DE CONSELHO DE USUÁRIOS. Disponível em: < <https://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/614-resolucao-623> > acesso 20 fev 2020].

ARAUJO, Nádia de; FÜRST, Olívia. Um exemplo brasileiro do uso da mediação em eventos de grande impacto: o programa de indenização do voo 447. *Revista de Direito do Consumidor*, n. 91 (Jan - Fev / 2014).



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ENGENHARIA SANITÁRIA E AMBIENTAL – ABES. *Recomendações para a gestão de resíduos em situação de pandemia por Coronavírus (COVID-19)* (Mar/2020). Disponível: <http://abes-dn.org.br/wp-content/uploads/2020/03/RECOMENDA%C3%87%C3%95ES-PARA-A-GEST%C3%83O-DE-RES%C3%8DDUOS-EM-SITUA%C3%87%C3%83O-DE-PANDEMIA-POR-CORONAV%C3%8DRUS-COVID-19-4.pdf> > Acesso: 2 maio de 2020]

BARROS, Ciro; SILVA, José Cícero da; DOMENCINI, Thiago. À espera do auxílio emergencial: “A gente vai ficando sem ter o que comer em casa”. *A Pública* (8/4/2020) [Disponível em: < <https://apublica.org/2020/04/a-espera-do-auxilio-emergencial-a-gente-vai-ficando-sem-ter-o-que-comer-em-casa/> > 22 de abril de 2020].

BENJAMIN, Antônio Herman Vasconcellos.; MARQUES, Claudia Lima.; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de Direito do Consumidor*. 6 ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

\_\_\_\_\_, Antônio Herman V.; \_\_\_\_\_, Cláudia Lima; \_\_\_\_\_, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 7 ed. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2016

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

BOLETIM SINDEC 2018. Secretaria Nacional do Consumidor – SENACON (2018). [Disponível em: <https://www.justica.gov.br/news/collective-nitf-content-1552676889.94/arquivos/boletim-sindec-2018.pdf/view>. Acesso 21 dez2019].

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/ConstituicaoCompilado.htm). Acesso em 14 out. 2019.

BRASIL. Decreto nº 7.963, de 15 de março de 2013. Institui o Plano Nacional de Consumo e Cidadania e cria a Câmara Nacional das Relações de Consumo. Disponível em:



[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Decreto/D7963.htm). Acesso em 15 dez. 2019.

BRASIL. Decreto nº 8.573, de 19 de novembro de 2015. Plataforma consumidor.gov.br. Dispõe sobre o Consumidor.gov.br, sistema alternativo de solução de conflitos de consumo, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2015-2018/2015/decreto/D8573.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/D8573.htm). Acesso em: 13 set. 2019.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm). Acesso em: 19 out. 2019.

BRASIL. Lei nº 11.105. Lei de Biossegurança. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2004-2006/2005/Lei/L11105.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11105.htm)> Acesso. 19 abril de 2020

BRASIL. Portaria nº 15, de 27 de Março de 2020. Determina o cadastro de empresas na plataforma Consumidor.gov.br para viabilizar a mediação via internet, pela Secretaria Nacional do Consumidor, dos conflitos de consumo notificados eletronicamente, nos termos do art. 34 do Decreto no 2.181, de 20 de março de 1997. [Disponível em: <http://www.in.gov.br/web/dou/-/portaria-n-15-de-27-de-marco-de-2020-250710160>. Acesso em 20 abril 2020].

BUCAR, Daniel; PIRES, Caio; MATA, Rodrigo da. Notas sobre endividamento crítico e pandemia da Covid-19: a construção de uma saída para recuperação patrimonial da pessoa humana. *Coronavírus e Responsabilidade Civil: impactos contratuais e extracontratuais*; coordenada por Carlos Edilson do Rêgo Monteiro Filho, Nelson Rosenvald, Roberta Densa. Indaiatuba, SP: Editora Foco, 2020.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL; Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos domicílios brasileiros: TIC Domicílios 2018. 16. ed. São Paulo: Grappa Marketing Editorial, 2019.



CONSUMIDOR.GOV.BR. Como aderir– Empresas. Disponível em:  
<https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/2>. Acesso em 15 dez. 2019.

CONSUMIDOR.GOV.BR. Conheça o Consumidor.gov.br. Disponível em:  
<https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 15 ago. 2019.

CONSUMIDOR.GOV.BR. Indicadores. Disponível em:  
<https://www.consumidor.gov.br/pages/indicador/infografico/abrir>. Acesso em: 05 dez. 2019.

CONSUMIDOR.GOV.BR. Quem somos. Disponível em:  
<https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/4>. Acesso em 15 dez. 2019.

JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. Sistema Nacional de Defesa do Consumidor - SNDC. Disponível em: <https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil/anexos/sistema-nacional-de-defesa-do-consumidor-sndc>. Acesso em: 25 out. 2019.

JUSTIÇA EM NÚMEROS 2019. Conselho Nacional de Justiça – CNJ (2019). Disponível em: [https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/conteudo/arquivo/2019/08/justica\\_em\\_numeros20190919.pdf](https://www.cnj.jus.br/wp-content/uploads/conteudo/arquivo/2019/08/justica_em_numeros20190919.pdf)>. Acesso 19 out. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo* [Trad. Maria Lucia Machado]. São Paulo, Companhia das Letras, 2007.

MARCONI, Marina de. Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2003.

MARQUES, Cláudia Lima; BERTONCELLO, Káren Rick Danilevics; LIMA, Clarissa Costa de. Exceção dilatória para os consumidores frente à força maior da Pandemia de COVID-19: pela urgente aprovação do PL 3.515/2015 de atualização do CDC e por uma moratória aos consumidores. *Revista de direito do consumidor*, n. 129: 47-71 (Mai-Jun/2020),



\_\_\_\_. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: O novo regime das relações contratuais*. São Paulo: RT, 2002.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA E SEGURANÇA PÚBLICA. O que é Senacon. Disponível em: <https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/o-que-e-senacon>. Acesso em: 1 out. 2019.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais LTDA, 2016.

MIRAGEM, Bruno; MARQUES, Cláudia Lima. *O novo direito privado e a proteção dos vulneráveis*. 2ª. São Paulo, Revista dos Tribunais, 2014.

MONTEIRO FILHO, Carlos Edison Rêgo; ROSENVALD, Nelson; DENSA, Roberta [Coordenadores]. *Coronavírus e responsabilidade civil: impactos contratuais e extracontratuais*. Indaiatuba (São Paulo), Editora Foco, 2020 [Ebook].

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. *Código de defesa do consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais – interpretação sistemática do direito*. 3ª ed. Porto Alegre, Livraria do Advogado, 2009.

O Fabuloso Destino de Amelie Poulain. Direção de Jean-pierre Jeunet. Produção de Claudie Ossard, Helmut Breuer, Bastian Griesse. Intérpretes: Audrey Tautou, Mathieu Kassovitz, Dominique Pinon, Rufus, Urbain Cancelier, Isabelle Nanty, Claire Maurier. Roteiro: Jean-pierre Jeunet, Guillaume Laurant. Música: Yann Tiersen. França: Claudie Ossard Productions, 2001. (122 min.), son., color. Legendado

PASQUALOTTO, Adalberto; SOARES, Flaviana Rampazzo. Consumidor hipervulnerável: análise crítica, substrato axiológico, contornos e abrangência. *Revista de direito do consumidor*, 113 (Set-Out/2019).

PESQUISA CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). Percentual de famílias com dívidas sobe em dezembro e alcança o maior patamar da série histórica (dez/2020), p. 1. [Disponível em:



<http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-3>> Acesso 16 abril de 2020.

PESQUISA CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo). Injeção de liquidez por conta da pandemia faz percentual de famílias endividadas renovar recorde histórico em abril (abr/2020), p 1 [disponível em: <<http://cnc.org.br/editorias/economia/pesquisas/pesquisa-de-endividamento-e-inadimplencia-do-consumidor-peic-abril-de>> Acesso 17 abril de 2020.

PESQUISA NACIONAL POR AMOSTRAS DE DOMICÍLIO CONTINUA (PNAD CONTÍNUA). Pessoas de 14 anos ou mais de idade, desocupadas na semana de referência. Tabela 5. [Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9171-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-mensal.html?=&t=resultados>].

PROCON-MT. Procon-MT adere à campanha Procon-MT 'Contrato não é papel, contrato tem rosto' (20/4/2020) Disponível em: < <http://www.procon.mt.gov.br/-/14177472-procon-mt-adere-a-campanha-contrato-nao-e-papel-contrato-tem-rosto-> > Acesso: 27 de abril 2020)

RAMOS, Fabiana D'Andrea. Métodos autocompositivos e respeito à vulnerabilidade do consumidor. *Revista de direito do consumidor*, v. 109 (Jan-Fev/2017).

ROLLO, Arthur. A vulnerabilidade institucional do consumidor e a difícil tarefa de combatê-la. *Consultor Jurídico* (30/5/2018). [Disponível: <https://www.conjur.com.br/2018-mai-30/arthur-rollo-vulnerabilidade-institucional-consumidor?imprimir=1> > Acesso 26/4/2020].

TIMM, Luciano Benetti. Desjudicializar o direito do consumidor, mas sem precarizá-lo. *Estadão* (26/3/2019). [Disponível em:<<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/desjudicializar-o-direito-do-consumidor-mas-sem-precariza-lo/>> Acesso 26 dez.2019.



VERBICARO, Dennis. *Consumo e cidadania: identificando os espaços políticos de atuação qualificada do consumidor*. São Paulo, Revista dos Tribunais. Rio de Janeiro, Lumen Juris, 2017.

\_\_\_\_. A construção de um novo modelo de cidadania participativa do consumidor a partir da política nacional das relações de consumo. *Revista de direito do consumidor*, v. 110: 31-339 (mar-abr/2017).