

FACULDADE DE DIREITO DO SUL DE MINAS

ANA CAROLINA DA MOTTA PAES

**LEI 12.291/2010: UM DEBATE SOBRE SUA EFICÁCIA COMO MECANISMO
PARA ACESSO AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, SOLUÇÃO DE
CONTROVÉRIAS E FORMAÇÃO DE EDUCAÇÃO DE CONSUMO**

POUSO ALEGRE
2020

ANA CAROLINA DA MOTTA PAES

**LEI 12.291/2010: UM DEBATE SOBRE SUA EFICÁCIA COMO MECANISMO
PARA ACESSO AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, SOLUÇÃO DE
CONTROVÉRIAS E FORMAÇÃO DE EDUCAÇÃO DE CONSUMO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto senso* em Direito da Faculdade de Direito do Sul de Minas – FDSM, relacionado à Linha de Pesquisa 1 – Efetividade dos Direitos Fundamentais Sociais - como requisito para obtenção do título de mestre em Direito, na área de concentração Constitucionalismo e Democracia.

Orientador: Prof. Dr. Elias Kallas Filho

FICHA CATALOGRÁFICA

P347 PAES, Ana Carolina da Motta Paes

LEI 12.291/2010: UM DEBATE SOBRE SUA EFICÁCIA COMO MECANISMO PARA ACESSO AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, SOLUÇÃO DE CONTROVÉRSIAS E FORMAÇÃO DE EDUCAÇÃO DE CONSUMO. / Ana Carolina da Motta Paes Paes. Pouso Alegre: FDSM, 2020.
200p.

Orientador: Elias Kallás Filho.

Monografia (Graduação) - Faculdade de Direito do Sul de Minas, Programa de Pós-Graduação em Direito.

1. Lei 1291/2010. 2. Direito do Consumidor . 3. Pesquisa Empírica. 4. Teoria Pura do Direito . I Kallás Filho, Elias . II Faculdade de Direito do Sul de Minas. Programa de Pós-Graduação em Direito. III Título.

CDU 340

ANA CAROLINA DA MOTTA PAES

**LEI 12.291/2010: UM DEBATE SOBRE SUA EFICÁCIA COMO MECANISMO
PARA ACESSO AO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, SOLUÇÃO DE
CONTROVÉRSIAS E FORMAÇÃO DE EDUCAÇÃO DE CONSUMO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Direito da Faculdade de Direito do Sul de Minas – FDSM, relacionado à Linha de Pesquisa 1 – Efetividade dos Direitos Fundamentais Sociais - como requisito para obtenção do título de mestre em Direito, na área de concentração Constitucionalismo e Democracia.

Orientador: Prof. Dr. Elias Kallas Filho

Prof. Dr. Elias Kallas Filho – FDSM (Orientador)

(Banca Examinadora)

(Banca Examinadora)

Pouso Alegre, 20 de fevereiro de 2021.

A minha família: pai, mãe, irmãos e sobrinhos que me ajudaram e apoiaram nesta jornada.
A meu marido Rodrigo e meu primogênito Gabriel por compreenderem minha ausência,
minhas sextas e sábados mais “cansativas” e minhas preocupações extras.
E, ao meu caçula, Matheus que, chegou de forma inesperada e me acompanhou nas etapas
finais completando minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, meu refúgio e minha fortaleza. Sem fé, não teria forças, sem força eu sequer teria iniciado esta jornada.

Agradeço a meu marido, Rodrigo, que compreendeu minha vontade e necessidade de retomar os estudos - ainda que não fosse a melhor hora, ainda que fossem nossos melhores dias - ao homem que estendeu às mãos, os braços e colo nos dias ruins, sempre paciente, sempre cúmplice: “sempre meu, sempre sua”. Obrigada meu amor.

Aos meus dois amores, os filhos lindos, presentes de Deus: Gabriel que, na sabedoria dos seus 3 aninhos, me entendia e dizia “vai para ‘coinha sua’ mãe?!”; visitava’ minha escolinha -rapidamente nos intervalos para matar saudade - e até chegou a assistir aula comigo, comportado como um mocinho - ou apenas feliz pelo celular liberado – e me deu forças, beijos e abraços, pensamentos positivos e motivo para continuar. Ao meu presentinho de Deus no meio dessa jornada, Matheus, que ajudou a mamãe a superar tanta coisa – mesmo dentro da barriga - e tornou o mês de novembro ainda mais especial, me mostrou que Deus realmente sabe o que faz, dobrou meu motivo de ser feliz e lutar a cada dia e completou nossa família.

Aos meus pais, Maria de Lourdes e Ariovaldo, que cuidaram do meu filho, do meu marido e de mim – como sempre – tudo de forma ainda mais intensa em 2020. Vocês são meus exemplos de vida, meus “dois orgulhos”, o espelho da vitória e do que um dia quero ser. Obrigada por ensinarem que “a educação nos faz mais fortes e felizes”; por me ensinarem que “tudo que quero posso conseguir” e que sempre estarão do meu lado. Vocês são meu porto seguro.

Aos meus quatro irmãos mais velhos, cunhadas, cunhado e sobrinhos, por me apoiarem, me ajudaram - cada um de seu jeito -por serem meus braços e pernas em momentos difíceis, por sempre estarem perto ainda que, fisicamente, distantes.

Aos meus “sogro e sogra” pela humildade e compreensão, pelos almoços, pelo respeito, pelas palavras de fortalecimento e esperança.

Agradeço aos presentes que o mestrado me trouxe sob o pseudônimo divertido de “pantera” - que ainda tentamos entender de onde veio – Juliana e Jaque: vocês foram confidentes, conselheiras, companheiras, irmãs e até amuletos de sorte e esperança nesta jornada. Vocês não me deixaram fraquejar quando eu fui fraca e não me permitiram pensar negativamente quando o cansaço foi maior. Quem dera todos fossem presenteados com amigas como vocês. “Que Marte suma de vez”!

Aos meus demais colegas de turma, é prazeroso demais ver o sucesso de cada um de vocês e poder dizer que “passamos por esta juntos”, cada um ficará em minha memória, podem ter certeza. Agradeço em especial ao colega e amigo Bruno Laercio pelas palavras amigas, por me incentivar a não desistir e troca de conhecimento; ao colega e amigo Bruno Henrique pelas caminhadas, pela ajuda muito além da sala, pelas conversas, risadas. Obrigada.

Aos meus colegas de trabalho, minha segunda família, Renata, Gustavo, Gabi, Filipe, Bruno e Laura por “me cobrirem” nas tardes de sextas e, até mesmo por fugas da semana. Por sempre “quebrarem galhos”, por serem compreensivos, por continuarem do meu lado e até por tomarem outro rumo, cada teve um papel essencial na minha jornada. Obrigada a cada um de vocês.

Agradeço, carinhosamente, aos professores de cada, Prof. Dr. Rafael Além Mello Ferreira e Prof. Dra. Ana Eliza Spaolonzi Queiroz Assis, que, mesmo sem a obrigação, acolhiam com toda disposição e boa vontade meus pedidos de ajuda e socorro. No mesmo sentido à professora Milena de Cássia Rocha e ao mestrando Rodrigo Pereira, pela ajuda em questões metodológicas e científica. Muito obrigada.

Agradeço, em especial, ao meu orientador, Professor Doutor Elias Kallas Filho, que tornou possível esse trabalho; teve paciência com meus ‘rompantes e dificuldades’, me deu conselhos, me colocou no ‘rumo’ certo e me deu esperanças de que o trabalho seria concluído e de forma correta; pacientemente, tirou todas as minhas dúvidas e me recobrou a sanidade; acreditou no meu tema, quando eu mesma duvidei. Agradeço por todas as orientações, todo o conhecimento compartilhado, por todo respeito, comprometimento e dedicação comigo e com essa pesquisa. Muito obrigada.

Por fim, agradeço aos colaboradores da secretaria da PPGD/FDSM, tesouraria e outros que sempre sorriam nos corredores e filas da cantina (rs) sempre muito cordiais, em especial à Natália que até seu número pessoal me deixou e sempre me aconselhou e ajudou. Juliana sempre simpática e disponível também merece meu obrigada especial. Vocês, todas, do PPGD nos transmitem paz, sempre disposta, desde a matrícula, indo além do campo profissional com muita presteza, carinho e educação. Obrigada Meninas!

Sem modificar o nosso modo de compreender o mundo, sem superar a relação sujeito-objeto, sem superar a cultura manualesca que assola o imaginário dos juristas, é temerário falar no papel transformador do Direito e tudo o mais que dele decorre. Dizendo de outro modo: ou se acaba com a estandardização do Direito ou ela acaba com o que resta da ciência jurídica.”

Lênio Luiz Streck

RESUMO

A relação de consumo é marcada pela desigualdade substancial, exigindo a intervenção do Estado o qual atua, em especial, na defesa do consumidor com vistas a conter sua vulnerabilidade. Para tanto, enuncia no artigo 5º, XXXII, da Constituição da República de 1988, o direito fundamental à defesa do consumidor. O Código de Defesa do Consumidor é relativamente novo e, em conjunto à lei Antitruste busca igualar o consumidor, parte hipossuficiente nas habituais relações de consumo praticadas. Para dar publicidade e facilitar acesso a lei do consumidor – meio encontrado para dissolver discórdias e conflitos futuros e gerar uma educação de consumo - foi projetada e publicada a Lei 12.291/2010 que obriga todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços a manter um exemplar do Código de Defesa do Consumidor em local visível e de fácil acesso ao público. Caso o consumidor procure o Código de Defesa do Consumidor e não o encontre no estabelecimento, poderá ser aplicada multa de até R\$1.064,10. Questiona-se a eficácia social desta lei nas relações privadas de consumo e como mecanismo de divulgação do Código de Defesa do Consumidor e educação de consumo. Para solucionar este problema, realiza-se um debate entre a teoria pura do direito e os efeitos pragmáticos da lei, estes últimos apurados em uma pesquisa empírica na Rua Bom Jesus, uma das principais ruas do comércio de Pouso Alegre-MG, pelo método de entrevista fechado com questionários diferenciados para as classes diferentes de público: consumidor e o prestador de serviços. Os reflexos desse debate revelam-se em uma nova função atribuída ao contrato de consumo que é “o equilíbrio das partes” e, portanto, busca-se saber se, de fato, a lei alcançou seu objetivo e é dotado de eficácia social. Utilizando-se do método científico dedutivo e a técnica de pesquisa bibliográfica, o trabalho segue os posicionamentos para o jurista positivista Hans Kelsen como marcos teóricos. O plano de trabalho divide-se em três capítulos, o primeiro cuida da evolução história da lei 8.078/1990, lei antitruste e aspectos econômicos, o segundo da aplicação hermenêutica em análise à lei 12291/1990 respondendo possíveis apontamentos das mesmas e o último presta-se para analisar dados colhidos na pesquisa empírica. Sendo utilizada a metodologia quali-quantitativa para desenvolvimento do presente. Gráficos e Tabelas serão utilizados. Obtidos os dados foram analisados e montado um Discurso do Sujeito Coletivo para assim expor a resposta predominante e concluir pela eficácia ou não da lei 12.291/2010.

Palavras-chave: Lei 12.291/2010, Código de Defesa do Consumidor, Direitos fundamentais, Eficácia Social da Lei.

ABSTRACT

The consumer relationship is marked by substantial inequality, requiring the intervention of the State, which acts, in particular, in the defense of the consumer, with a view to containing their vulnerability. To this end, it states in Article 5, XXXII, of the Constitution of the Republic of 1988, the fundamental right to consumer protection. The Consumer Defense Code is relatively new and, together with the Antitrust Law, seeks to equalize the consumer, who is a low enough party in the usual consumer relations practiced. To publicize and facilitate access to consumer law – a means found to dissolve future disputes and conflicts and generate consumer education – Law 12,291/2010 was designed and published, which requires all commercial and service establishments to keep a copy of the Consumer Defense Code in a visible place with easy access to the public. If the consumer seeks the Consumer Defense Code and cannot find it at the establishment, a fine of up to R\$1,064.10 may be applied. The social effectiveness of this law in private consumer relations and as a mechanism for disseminating the Consumer Defense Code and consumer education is questioned. To solve this problem, there is a debate between the pure theory of law and the pragmatic effects of the law, the latter determined in an empirical research on Rua Bom Jesus, one of the main shopping streets in Pouso Alegre-MG, using the method of closed interview with different questionnaires for different classes of audience: consumer and service provider. The consequences of this debate are revealed in a new function attributed to the consumer contract, which is “the balance of the parties” and, therefore, it is sought to know if, in fact, the law has achieved its objective and is endowed with social effectiveness. Using the deductive scientific method and the bibliographic research technique, the work follows the positions for the positivist jurist Hans Kelsen as theoretical landmarks. The work plan is divided into three chapters, the first takes care of the evolution of the history of law 8.078/1990, antitrust law and economic aspects, the second of hermeneutic application analyzes the law 12.291/1990 responding to possible notes of the same and the last provides up to analyze data collected in the empirical research. Quali-quantitative methodology being used to develop the present. Graphs and Tables will be used. Once the data were obtained, a Discourse of the Collective Subject was assembled to expose the predominant response and conclude for the effectiveness or not of law 12.291/2010.

Keywords: Law 12,291/2010, Consumer Protection Code, Fundamental Rights, Social Effectiveness of Law.

LISTA DE ABREVIações E SIGLAS

ADPF	Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental
CAAE	Certificado de Apresentação de Apreciação Ética
CCJC	Comissão de Constituição, Justiça e cidadania
CF	Constituição Federal
CDC	Código de Defesa do Consumidor
CDCMAM	Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias
CCJR	Comissão de Constituição, Justiça e Redação.
CPC	Código de Processo Civil
CEP	Comissão de Ética e Pesquisa
CN	Congresso Nacional
DSD	Discurso do Sujeito Coletivo
DCD	Diário da Câmara dos Deputados
IC	Idéia Central
IAD	Análise do Discurso
SF	Senado Federal
PMDB- PR	Partido do Movimento Democrático Brasileiro do Paraná
PS-GSE	Post Scriptum Ground Support Equipment.
Pe	Prevalência
RDF	Resource Description Framework
RICD	Regimento Interno da Câmara dos Deputados
RP	Resposta Predominate
SGMP	Standard Generalized Markup Public
TALE	Termo de Assentimento Livre e Esclarecido
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico A - Densidade demográfica de Pouso Alegre – MG.....	120
Gráfico B – Pirâmide Etária de Pouso Alegre – MG	121
Gráfico 1A – Pergunta 1 destinada ao consumidor: apuração de números.....	126
Gráfico 1B – Pergunta 1 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem	126
Gráfico 2A – Pergunta 2 destinada ao consumidor: apuração de números.....	129
Gráfico 2B – Pergunta 2 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem.....	129
Gráfico 3A – Pergunta 3 destinada ao consumidor: apuração de números.....	131
Gráfico 3B – Pergunta 3 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem.....	131
Gráfico 4A – Pergunta 4 destinada ao consumidor: apuração de números.....	134
Gráfico 4B – Pergunta 4 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem.....	134
Gráfico 5A – Pergunta 5 destinada ao consumidor: apuração de números.....	135
Gráfico 5B – Pergunta 5 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem.....	135
Gráfico 1A – Pergunta 1 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	138
Gráfico 1 B – Pergunta 1 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	138
Gráfico 2 A – Pergunta 2 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	139
Gráfico 2 B – Pergunta 2 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	139
Gráfico 3 A – Pergunta 3 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	141
Gráfico 3 B – Pergunta 3 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	141
Gráfico 4 A – Pergunta 4 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	143
Gráfico 4 B – Pergunta 4 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	143
Gráfico 5 A – Pergunta 5 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	145
Gráfico 5 B – Pergunta 5 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	145
Gráfico 6 A – Pergunta 6 destinada ao fornecedor: apuração de números.....	146
Gráfico 6 B – Pergunta 6 destinada ao fornecedor: apuração de porcentagem.....	146
Gráfico 7 A – Pergunta 7 destinada ao consumidor: apuração de números.....	148
Gráfico 7 B – Pergunta 7 destinada ao consumidor: apuração de porcentagem.....	148

LISTA DE TABELAS

Tabela A – Ilustração de Faixa Etária de Consumidores de Pouso Alegre.....	122
Tabela B - Ilustração de Faixa Etária de Fornecedores de Pouso Alegre.....	122
Tabela C – Resposta Predominante do Grupo 1(Consumidores)	149
Tabela C 1 - Ilustração de Idéia Central dos Questionários do Grupo 1	153
Tabela D – Resposta Predominante do Grupo 2(Fornecedores)	154
Tabela D1 – Ilustração de Idéia Central dos Questionários do Grupo	156

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	14
1 O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL: CONSIDERAÇÕES SOBRE A ORIGEM E A CONSOLIDAÇÃO DE UMA NOVA DISCIPLINA JURÍDICA.....	21
1.1. Contextualizando o advento do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor	23
1.2. O Direito do Consumidor na Constituição Federal.....	32
1.3. Contribuições do Direito Concorrencial Brasileiro para a Defesa do Consumidor.....	41
1.4. A formação de uma educação de consumo e o advento da lei 12.291/2010.....	46
2. VALIDADE E EFICÁCIA DA LEI 12.291/2010: UMA VISÃO HERMENEUTICA A PARTIR DA TEORIA PURA DO DIREITO.....	52
2.1. Lei 12.291/2010: objetivos e peculiaridades.....	55
2.2. Validade, vigência e eficácia da norma jurídica: uma aproximação conceitual.....	65
2.3. Estrutura filosófica que fundamenta o sistema jurídico na visão de Hans Kelsen.....	70
2.4. Análise hermenêutica da Lei 12.291/2010 a partir da Teoria Pura do Direito.....	87
3. A PESQUISA EMPÍRICA: UMA ANÁLISE DOS EFEITOS PRAGMATÍCOS DA LEI 12.291/2010.....	94
3.1. A Pesquisa: Metodologia Aplicada.....	96
3.2. A pesquisa Empírica	100
3.2.1 Metodologia de Análise de Dados e Formação do Discurso do Sujeito Coletivo.....	104
3.2.2. Levantamento dos Dados: Peculiaridades e Construção Metodológica.....	108
3.3. Construção das Entrevistas e Coleta de Dados.....	113
3.4. Análise dos Dados	118
3.4.1. Consumidores: Participantes do Grupo 1.....	124
3.4.2. Fornecedor de Produtos e Serviços: Participantes do Grupo 2.....	136
3.4.3 A formação do Discurso do Sujeito Coletivo: análise e debate das questões e respostas predominantes.....	149
CONCLUSÃO.....	159
BIBLIOGRAFIA.....	165
APÊNDICE.....	171
ANEXO.....	195

INTRODUÇÃO

Para acompanhar o momento histórico de um país, inúmeras leis são publicadas, diariamente, mas nem todas alcançam os efeitos a que se propõe tornando-se ineficazes. Neste trabalho será desenvolvido, a partir da leitura do direito do consumidor, um estudo quanto à eficácia social da Lei 12.291/2010, lei que obriga as sociedades empresárias e prestadores de serviços a manterem, em sede e a disposição do cliente, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor. Busca-se entender os efeitos da lei dentro de uma sociedade de consumo. Neste sentido foi realizada pesquisa de campo entre os empresários e prestadores de serviço com sedes de porta diretas à rua Bom Jesus, uma das principais ruas de comércio da cidade de Pouso Alegre – MG.

O Direito do Consumidor surge no ordenamento jurídico brasileiro por uma determinação constitucional. O Código de Defesa do Consumidor é norma de ordem pública de direito material, processual, administrativo e penal. No artigo 4, II, do CDC, o legislador insere como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo o direito à informação e educação e, neste sentido e para cumprir esta determinação editou-se a Lei 12.291 de 20 de julho de 2010. A razão principal é saber se a referida Lei é capaz de gerar os efeitos que se propõe com algum efeito prático na vida dos consumidores. O trabalho abrange desde aspectos históricos da relação de consumo e o nascimento do código aos resultados de uma pesquisa de campo.

Nos anos 90, o Brasil passava por uma “reafirmação” de sua economia: assumia um novo presidente e plano econômico, buscava-se combate ao aumento descontrolado da inflamação, ratificação do Mercosul, privatização de empresas e novos traços para economia do país. A relação de consumo interfere diretamente na economia e o legislador viu a necessidade ampliar a proteção ao consumidor. A divulgação e facilitação do acesso a lei foi considerado um meio eficaz de proteção. Relativamente nova, a Lei 8078 é de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa do Consumidor - tem natureza de Direito Fundamental prevista no art. 5º, XXXII da Constituição Federal e de princípio econômico nos termos do art. 170 deste mesmo diploma legal e art. 48 das Disposição Transitórias. Já nos primeiros artigos da Lei é possível notar o objeto principal que é a proteção à parte vulnerável da relação buscando trazer equilíbrio às relações dentro do mercado de consumo.

O acesso a uma maior quantidade de produtos e preços permite ao consumidor direito de escolha e liberdade de contratação é, sem sombra de dúvidas, essencial em uma sociedade capitalista e, dada a ampla liberdade é essencial aplicar, também, limites e diretrizes do que

seria justo e digno de um Estado social, neste sentido vê-se a lei Antitrustes. Lembre-se que o mercado era altamente controlado pelo Estado; nos anos 80 até um tabelamento de preços existia. A Lei antitruste veio regulamentar esta atuação dentre outras diretrizes essenciais para que o acesso um mercado competitivo e justo seja garantido ao consumidor, reforçando, portanto, a Lei 8.078/1990.

O Código de Defesa do Consumidor é uma estratégia legislativa para apontar um dos sujeitos da relação de consumo e determinar-lhe a proteção. A proteção destinada é evidentemente uma determinação constitucional direta ao consumidor, trazendo à tona uma visão mais “pós-moderna” de direitos: um direito que busca tratar os desiguais de forma desigual para atingir o equilíbrio da relação. O direito do consumidor tem um papel importante nas atividades mais comuns do país, é a norma que regulamenta as novas relações jurídicas decorrentes da contratação em massa e ter conhecimento de seus direitos e deveres é essencial na pactuação de um contrato. A divulgação da norma, o empenho para uma educação ou consciência de consumo são essenciais para efetividade, portanto, desta “nova visão” de direito.

A Lei 12.291/2010 foi proposta, partindo do pressuposto de que “quando a pessoa tem acesso a seus direitos, torna-se um cidadão pleno”, é um mecanismo capaz de conscientizar, forçar as partes e agirem pautados na lei, criar uma educação, indireta ou informal, de consumo. Para o Legislador é essencial disponibilizar um exemplar da lei nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviço, afinal, a legislação consumerista, ao alcance das partes interessadas, permite uma precisa interpretação e, portanto, uma solução às controvérsias possíveis, isso de forma ágil, extrajudicial.

Uma norma infraconstitucional ampara sua validade e sua eficácia social desenvolvida nesta pesquisa e, até mesmo a ampla eficácia em outros casos, sempre na lei máxima (constituição). Feita esta consideração, relembra-se que a constituição federal enxerga o consumidor – destinatário final do produto ou serviço – como a parte vulnerável da relação de consumo e, portanto, sua manifestação de vontade válida é possivelmente questionada à luz de toda e qualquer lei, hermenêutica, costumes e outros meios de fundamentação jurídica. Esclareça – se que a vulnerabilidade reza-se na fragilidade de “conhecimento”: desconhecer as características técnicas do produto, desconhecer aspectos jurídicos, econômicos e contábeis e, ainda, ser a parte economicamente mais fraca destas relações. A hipossuficiência, inclusive, já influenciou movimentos em busca de uma maior intervenção estatal nas relações privadas de consumo e à criação da Lei 8.078/1990. Publicada, impossível não notar que esta lei é extensa e principiológica e, a priori, não parece ser tão simples e facilmente interpretada. Valer-se de uma simples leitura da lei para dar ampla validade a um direito fundamental – proteção ao

consumidor - pode colocar em risco a segurança jurídica o que aumenta, ainda mais, os estudos sobre a eficácia social da lei 12.291/1990.

Mais uma vez ressalta-se a importância do Código de Defesa do Consumidor. A Lei 8.078/1990 tem ampla proteção ao consumidor e pode tornar a relação equilibrada, mas sua leitura está intimamente ligada a compreensão dos motivos que lhe deram causa, situações históricas, influência no mercado, as memórias jurídicas que embasaram a indicação das normas pelo legislador e, aquela que se refere a mesma – Lei 12.291/2010 – não é diferente. Tradicionalmente os negócios jurídicos são lícitos e fazem lei entre as partes civilmente capazes e as relações de consumo não são uma exceção, entretanto, não podem ser vistas como simples relações contratuais do direito civil, ou seja, aquelas das quais se pressupõe que, as partes, em igualdade de condições, possam transigir, discutir direitos e deveres e, manifestar com conhecimento exato das consequências de seus atos, as suas vontades.

Esse esquema legal privatista para interpretar contratos de consumo é completamente equivocado, porque o consumidor não se senta à mesa para negociar cláusulas contratuais. Na verdade, o consumidor vai ao mercado e recebe produtos e serviços postos e ofertados segundo regramentos que o Código de Defesa do Consumidor agora pretende regulamentar, e de forma inteligente. Relembre-se ainda, que a aplicação da lei civil nestas relações ainda está presente na memória de todos e isso também gera toda sorte de equívocos e fatores externos e internos não são isolados para leitura e calor de uma possível controvérsia, além da evidente possibilidade de conflito de interpretações, enfim, os fatos são vastos e precisam ser levantados e estudados. Se não atentarmos para esses pontos, se não se invadir o íntimo de uma sociedade e conhecer suas atitudes reais, teremos muita dificuldade de interpretar aquilo que o CDC regrou especificamente e o quanto suas diretrizes são observadas e, aqui, mais uma justificativa para presente pesquisa que, por método dedutivo, com aplicação de uma metodologia quali-quantitativa buscará responder algumas questões afinal a Lei 12.291/2010 tem sim um propósito nobre e possível.

Lembre-se, a lei 12.291/2010, é uma proposta de melhoria nas relações de consumo: seja para os consumidores que terão ao alcance seus direitos e deveres, seja para o empresário que aumenta a transparência na relação contratual pautando a mesma na lei escrita e, claramente, discutida na fase de pré-contratação. A lei é bem curta, tem apenas 3 artigos que descrevem obrigações, em especial, ao fornecedor de serviços. No caput do artigo 1º é previsto a obrigação e o sujeito da obrigação, este sujeito, por sua vez, é aquele definido no código de defesa do consumidor -consumidor (art. 2º da Lei) e empresário e prestador de serviços (art. 3º e outros) – observando-se uma singela ampliação do empresário. O último artigo apenas define

a vigência. A obrigatoriedade em disponibilizar o Código de Defesa do Consumidor abrange, ainda, os postos de atendimento distintos, havidos dentro de um único estabelecimento comercial ou local de prestação de serviços. Entende-se que o empresário que, para exercer sua atividade vale-se de diversos guichês ou postos de venda, ainda que dentro de um mesmo estabelecimento também precisa disponibilizar, em cada guichê, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor em cada um deles em local visível e de fácil acesso ao público.

Disponibilizado o exemplar, é de pacífica aceitação por parte dos Órgãos de Proteção e Defesa do Consumidor – PROCON – em diversos Estados, pelo cumprimento da lei. Pontua-se que, é sugestão do referido órgão que os estabelecimentos comerciais e prestadoras de serviço, mantenham placa indicando que "este estabelecimento possui exemplar do Código de Defesa do Consumidor, lei 8.078, de 11 de setembro de 1990, disponível para consulta". Ora, basta cumprir a norma para torná-la eficaz? Com base nas ponderações acima, preocupa-se acerca da efetividade que a lei trará às relações diárias e práticas entre empresários e consumidores, especialmente pelo fato de que, mesmo antes de sua publicação já estavam, os empresários, obrigados a cumprir o CDC. As dificuldades apontadas nas interpretações das normas jurídicas por estudiosos do direito demonstram-se ainda mais gritantes nas partes carentes de uma, ainda que simples e introdutória, educação consumerista prevista no art. 6º da Lei 8.078/1990.

Sobre a eficácia da norma, Kelsen - o papa do normativistas – reconheceu a existência de uma “certa conexão” entre a validade e a eficácia da norma jurídica ao admitir que “um mínimo de eficácia é condição de sua validade”. Para Kelsen, a eficácia de uma norma estaria no respeito e observância da mesma pelos indivíduos e pela sociedade, para ele a norma não precisa, necessariamente, ser aplicada objetivamente, bastando apenas o respeito a seu mandamento, ou melhor, a demonstração de seu caráter preventivo. Ainda na perspectiva deste jurista é preciso analisar os aspectos formais da lei: através da teoria escalonada do ordenamento jurídico e de sua norma fundamental, apresentando um sistema fechado da ordem jurídica, pautado apenas no direito positivo como objeto da ciência do direito. Trata-se, portanto, de fazer da validade uma relação internormativa (a validade de uma norma derivada da validade de outra). O problema da pesquisa é quanto ao propósito da Lei 12.291/2010: a Lei 12.291/2010 enquanto mecanismo de ampliação de acesso ao CDC, solução de controvérsia e formação de educação de consumo tem eficácia social?

Ainda, a lei não deve ser lacunosa ou deficiente, dando margem à elaboração de outras normas tendentes a superá-la. Isso torna confuso o ordenamento jurídico: a lei 12.291/2010 criou uma obrigatoriedade pois procura entender que, a interpretação do Código de Defesa do

Consumidor estaria ao alcance da lei se esta fosse de fácil acesso. Atribui, neste sentido, ao empresário a obrigação e, fez mais, previu, em caso de descumprimento, a aplicação de multa no valor de R\$ 1.064,10 (um mil, sessenta e quatro reais e dez centavos) pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição muito embora não indique qual será a autoridade capacitada para aplicar a multa sobrevivendo entendimento de que os Órgãos de Defesa do Consumidor – PROCON – se imbuíram de capacidade, para tanto a correta interpretação da lei ainda é uma discussão constante.

Decerto que a lei 12.291/2010, em tese, se apresenta como uma proposta de melhoria nas relações de consumo, mas seu estudo e observância na prática levantam dúvidas: não será apenas mais uma lei cujos resultados serão inócuos? Seria ela apenas um ato legislativo falho, esquecido pela ineficácia, seja por problemas na fiscalização de seu cumprimento, ou pela falta de garantia que os consumidores, antes de comprar, irão efetivamente manusear o CDC ou se compreender e interpretar suas regras e garantias, nem sempre de fácil entendimento, afastará sua aplicabilidade?

Existem obstáculos concretos na efetivação dos direitos indisponíveis, obrigando o Estado, muitas vezes, a intervir nas relações por observar atos que acabam violando tais direitos, uma vez que os direitos demandam obrigações positivas pelo Estado para sua concretização, não sendo, na maioria das vezes, o simples ato do legislador suficiente para concretizar direitos. Atribuir o conhecimento da legislação à nação não é algo, a princípio, que seja arbitário e, muito menos, presumido em uma lei; a leitura de uma norma não poderia ser, a princípio, suficiente para concluir ou validar a proteção de direitos indisponíveis violados. Dotada de princípios, a lei 8.078/90, na prática possibilitará a colisão de princípios e de interesses, necessário uma hermenêutica e conhecimentos mais aprofundados do intérprete para uma justa e correta decisão o que seria um desafio para os propósitos da Lei 12.291/2010.

A educação de consumo, é essencial nos termos do art. 6º da Lei 8.078/1990, e parece ser um desafio se iniciado e esperado a partir do simples acesso e leitura de um exemplar de código de defesa do consumidor. Aplicar na “força de uma lei” a previsibilidade de resolução de conflitos, não é razoável, é preciso, em muitos casos, um órgão mediador: seja para equilibrar a relação, seja para punir atos abusivos.

Ressalta-se que as questões relacionadas à eficácia social da Lei 12.291/2010, que pretende desenvolver nessa pesquisa são problemas relevantes presentes no cotidiano da sociedade, uma vez que o direito do consumidor não deveria ser garantido em sua plenitude apenas quando se alcança o Poder Judiciário, que prevê obstáculos fáticos e logísticos para tanto, o que enseja uma análise em consonância com a realidade fática e jurídica do sistema

consumerista contemporâneo.

Tornando obrigatório a manutenção de um exemplar do código de defesa do consumidor nos estabelecimentos e serviços, nas relações diárias e práticas entre fornecedores ou prestadores de serviços e consumidores, a lei 12.291/2010, na experiência dos estabelecimentos empresariais da rua Bom Jesus de Pouso Alegre – MG, tem contribuído para ampliar o acesso ao Código de Defesa do Consumidor e levar a solução de controvérsias nas relações de consumo e para a formação de uma educação de consumo? Para buscar resposta do problema exposto será usada a metodologia quali-quantitativo, método científico dedutivo e técnica de pesquisa bibliográfica. Tomará como base teórico o positivista Hans Kelsen e a teoria pura do direito além de outros autores secundários e quanto a formação e validade da norma jurídica a partir da análise bibliográfica empírica entre empresários, prestadores de serviços e consumidores da Rua Bom Jesus na cidade de Pouso Alegre onde será realizada com abordagem dos entrevistados na rua publica, explicado objetivo e riscos da pesquisa e, sendo aceito participar repassado questionário e TCLE para colher respostas e assinatura.

A pesquisa será feita em mais de um dia visto o fluxo restrito de consumidores no ambiente comercial e outros limites gerados pelo período de Pandemia COVID-19, atuando assim com maior segurança ao pesquisador e ao colaborador (pesquisado). Um questionário específico será desenvolvido para cada um dos dois grupos de pesquisados, ou seja, um questionário objetivo para consumidor e um questionário fechado (objetivo) específico para o empresário ou prestador de serviços e as perguntas todas ligadas entre sim para possibilitar, após coleta e análise de dados, um resultado mais preciso e correto. Buscará se abordar consumidores que tiveram contatos com o outro grupo de pesquisados – empresários e prestadores de serviços – por isso abordagem nas ruas frente aos estabelecimentos para, também, manter uma possível, ainda que mínima, conexão entre as respostas.

Aquele pesquisado que, abordado, meio à entrevista ou ao final de se recusar a participar ou assinar termo de consentimento será dispensado e excluído da pesquisa. Os dados colhidos serão lançados em uma planilha e gráficos que possam ilustrar as respostas e resultados. O número de pesquisados será de, pelo menos, 20 empresários e prestadores de serviços da Rua Bom Jesus pois, este número corresponde a 75% do número de possíveis entrevistados deste grupo e, sendo o número de consumidores muito superior ao de empresários serão entrevistados o dobro de consumidores, ou seja, 40 consumidores.

Neste sentido busca-se entender a Lei 12.291/2010 e, a partir de uma análise tanto hermenêutica ou como dentro de um campo de pesquisa, compreender se esta norma trás efeitos

pragmáticos à sociedade se ela é ou não eficaz, ainda que analisado apenas sob a ótica da eficácia social.

1.O DIREITO DO CONSUMIDOR NO BRASIL: CONSIDERAÇÕES SOBRE A ORIGEM E A CONSOLIDAÇÃO DE UMA NOVA DISCIPLINA JURÍDICA

O século XX representa um dos períodos da humanidade com as mais profundas e sensíveis mudanças, a começar do conhecido Estado Novo (1934), as mudanças oriundas da Revolução Industrial, Constituição Democrática (1988), e muitas outras conquistas marcantes, sendo lembrada não apenas pelos avanços científicos nas mais variadas searas do conhecimento, pelos avanços que assolaram o cotidiano mundano. Olhando pelo prisma das conquistas, para um setor específico do conhecimento humano, mais precisamente para a Economia, o século XX foi fundamental para difusão das concepções teóricas da atualidade, aponta-se episódios históricos como a Primeira e a Segunda Guerra Mundial, crises econômicas sérias, movimentos aclamando por mudanças e tudo representa o momento no qual o ideário de intervenção ou não do Estado na Economia passa por uma considerável reflexão, revistos alguns conceitos do pensamento Liberal afastada a teoria de não intervenção estatal de Adam Smith e encerrando com um estado mais intervencionista¹.

Para acompanhar as novas nuances do capitalismo industrial, principalmente, a realidade das concentrações empresariais, o Estado, passou a intervir diretamente na economia, tendo como justificativa proteger a coletividade em razão das desigualdades nas relações de consumo e nos problemas herdados do liberalismo econômico. Isso não aconteceu de forma repentina o que se estudará no presente capítulo. Também será analisado duas conquistas desta mudança de comportamento do Estado: código de defesa do consumidor e seus mecanismos e Lei Antitruste. O Direito do Consumidor (Lei 8.078/1990) é reflexo do exercício da cidadania brasileira e deu maior segurança às relações jurídicas entre consumidores e fornecedores ou produtores de serviços e produtos pois, alterou o sistema da responsabilidade, da informação e da publicidade, das garantias, da segurança, da qualidade dos produtos e serviços, da proteção processual, enfim, desenhou-se um novo modelo de massa².

Em um país adepto ao sistema econômico capitalista e economia fixa bases na propriedade privada e meios de produção e operações com fins lucrativos, portanto, presumível o consumo diário de serviços e produtos. O consumo é parte indissociável do cotidiano do ser humano o que afirma o fato de que todo cidadão, de todas as classes sociais, raças ou culturas que vive em um país capitalista é um consumidor do nascimento a último dia de vida. Por

¹FONSECA, João Bosco Leopoldino da. *Direito Econômico*. 5. ed. Revista e Atualizada. Rio de Janeiro: Forense, 2004, p. 276-277

²NUNES, Rizzato. *Direito do Consumidor*. 12ª Ed. São Paulo: Editora Saraiva. 2018, pag. 39-42

motivos variados, que vão desde a necessidade da sobrevivência até o consumo por simples desejo, o consumo pelo consumo³ precisa de um amparo legal, até mesmo para evitar locupletamento. As relações de consumo são contratos bilaterais tendo de um lado o fornecedor ou produtor de serviços e produtos e do outro o consumidor⁴ e, por anos, esta relação dinâmica e em constante crescimento não possuía amparo em uma lei especializada e sim na legislação civil pré-existent com regras e princípios gerais sem, contudo, analisar o que, a partir de 1960 já passou a ser “declarado” a vulnerabilidade de uma destas partes: o consumidor. O Brasil tem como sistema econômico o capitalismo e regime político democrático, portanto, presa pelo equilíbrio desta relação que movimenta sua economia.

A efetiva proteção ao direito do consumidor pode ser um instrumento capaz de fazer com que a economia se desenvolva ainda mais ou, seria o contrário, e a economia em alta é que gera a necessidade de uma maior proteção? Verdade única é que, dentro de um país democrático, o direito deve sempre buscar o equilíbrio e a igualdade social. Com a evolução das relações de consumo e modificação constante na economia as relações de consumerista passam a se distanciar claramente das gerais regras da legislação civil, tornando-se carente de um amparo e intervencionismo estatal maior, um ordenamento capaz de impedir abusos, seja no fornecimento de produtos e serviços inadequados que gera riscos e prejuízos ao consumidor como no direito deste de ter acesso a todas as oportunidades do mercado de consumo com propagandas e valores coerentes e, igualmente, justos. O consumidor satisfeito irá adquirir produtos e usufruir de serviços tendo maior confiança nos fornecedores fazendo com que haja um consumo ainda maior e mantenha bom fluido da economia.

Os primeiros apontamentos⁵ relevantes quanto à defesa do consumidor foram através da aplicação do direito concorrencial que tem início no governo Vargas a partir de 1930, ou seja, quando se observou os primeiros atos de Estado Social no país, mas a promulgação da legislação de amparo a esta figura da economia não seria tão breve. O direito do consumidor é

³ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção das relações de consumo no Brasil*. 6ª Ed. São Paulo: Saraiva.2015, p.13-15.

⁴ O fornecedor é aquele que pode tomar a forma de fabricante, produtor, importador, empresário e prestador de serviços e o consumidor aquele que é subordinado às condições e interesses impostos pelo titular de bens ou serviços no atendimento de suas necessidades de consumo. ALMEIDA, João Batista de. *A proteção das relações de consumo no Brasil*. 6ª Ed. São Paulo: Saraiva.2015, p.13.

⁵ A economia crescia, as primeiras e destacadas conquistas sociais do Brasil atos considerados de um Estado Social tem início anos antes da criação do código de defesa do consumidor, em especial a partir de 1930 com a revolução industrial. Conquistas como a Constituição Federal de 1934, e partir desta as demais constituições que se preocupam com os Direitos Sociais, mas especialmente e especificamente dos Direitos dos Trabalhadores, observa-se o cuidado com a igualdade, saúde, educação e outros, que hoje, são considerados direitos básicos de qualquer cidadão. NUNES, Rizzato. *Cruso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2018, p. 39-45.

relativamente novo no Brasil, de 11 de setembro de 1990, o significa que esta nação passou pelo período pós-revolução industrial, crise inflacionária e imobiliária dos anos 70, a recessão econômica e redemocratização do país dos anos 80 e muitos outros momentos econômicos impactantes sem uma legislação que aparasse a parte visivelmente hipossuficiente de forma a buscar um equilíbrio e fazer jus ao Estado de Bem Estar Social⁶ que pregava.

Este capítulo dedica-se a fazer um breve histórico do momento econômico e atos que viabilizaram o nascimento da Lei de amparo ao consumidor, diretamente ligada a Lei Antitruste que é a lei criada para amparar o direito do consumidor de aproveitar todas as oportunidades do mercado de consumo e, assim, criou normas para punir práticas anticompetitivas de empresas que usam o poder de mercado para restringir a produção e aumentar os preços, desestimulando assim que outras pessoas jurídicas entrem no mercado, ou então eliminando a concorrência⁷.

A busca de mecanismo de divulgação das normas de proteção ao consumidor, bem como de uma educação de consumo movimento o poder legislativo que criou, dentre estes, a Lei 12.291/2010 e bastante concisa torna obrigatório a disponibilização em estabelecimentos comerciais de um exemplar da Lei 8.078/1990 partindo do pressuposto de que se trata de uma norma de linguagem simples e de previsível interpretação e, portanto, passível de uma simples leitura para solução de conflitos e esse capítulo também abordará a referida lei do nascimento às preocupações com suas possíveis lacunas e ineficácia.

1.1. Contextualizando o advento do Código Brasileiro de Defesa do Consumidor

Neste subcapítulo será analisada a origem do Direito do Consumidor, uma rápida passagem no momento econômico do país e como os impactos negativos e crescentes da economia tornaram evidentes a ineficácia da Legislação Civil como base legal dos contratos consumeristas e incentivaram medidas mais efetivas do Estado para proteção da parte hipossuficiente da relação de consumo, medidas que impunham limites à intervenção estatal na livre concorrência permitindo amplo acesso das empresas e consumo de maior quantidade de produtos e valores.

⁶ Com o advento da Constituição Federal de 1988, a Constituição Cidadã, tem-se a proteção do consumidor como direito fundamental e princípio da ordem econômica (arts. 5º, XXXII, e 170, V), cabendo ao Estado a promoção da defesa do consumidor, na forma da lei. Assim, em 1990, por meio da Lei nº 8.078/90, surgiu o Código de Defesa do Consumidor, que assegura o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor e estabelece a boa-fé como princípio basilar das relações de consumo.

⁷ Disponível em <http://www.cade.gov.br/servicos/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca> Visualizado em 20/05/2020.

A origem do Direito do consumidor no Brasil está nas mais simples relações de troca de mercadorias, são vários os exemplos históricos isso desde às relações mais comuns como a prática e estudo da religião. Passagens bíblicas são apontadas como os primeiros atos de proteção a vícios e fraudes na relação de consumo uma vez que passíveis de punição: há denúncias de uso de pesos falsos entre os empresários, isto era considerado pecado além do mais antigo pecado religioso, o consumo da maçã por Adão e Eva, o maior pecado da bíblia é o primeiro exemplo que se vê, este foi considerado pecado pois, é um ato contrário à vontade de Deus que se deu através do “consumo”.⁸ Nestes tempos, a prática de fraude ou consumo, pela vontade do homem e contrários à vontade Divina, eram sinônimo do pecado - o mecanismo de punição da época - para inúmeros estudiosos não deixa de ser uma forma de limitação “da má fé” e penalização. Podem ser encontradas várias referências na Bíblia, tais como a constante do Deuteronômio:

Não terás em tua bolsa duas espécies de pesos, uma pedra grande e uma pequena. Tuas pedras serão um peso exato e justo, para que sejam prolongados os teus dias na terra que te dá o Senhor, teu Deus. Porque quem faz essas coisas, quem comete fraude, é abominável aos olhos do Senhor, teu Deus⁹

Não tão antigo quantos exemplos bíblicos, mas tão interessante quanto o exemplo de “proteção necessária à relação de consumo”, seriam as figuras de defesas observadas nos tempos da escravidão em que o “vendedor” prestava uma frágil garantia de alguns “vícios ocultos” na comercialização de escravos com possibilidade de reparos e a lei das doze tábuas que possibilitava exigência de uma declaração do vendedor sobre qualidades essenciais do objeto vendido.

O direito do consumidor divide-se em três fases de destaque na sua evolução: a primeira é após a 2ª Guerra Mundial, ainda inicial sem exata definição de fornecedor e consumidor, tem a preocupação resumida em preços, informação e rotulação adequada dos produtos. A segunda fase abrange o cenário das grandes empresas e multinacionais, quando se questionava a firmeza e atitude de menoscabo¹⁰ e destacando a figura do advogado Ralph Nader.¹¹ A terceira, e última fase, ou os dias atuais, está marcada pela maior consciência e cidadania, preocupa-se com o destino dos constantes avanços da tecnologia e com um consumo desenfreado e uma

⁸ Disponível em <http://www.cade.gov.br/servicos/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca> Visualizado em 24/05/2020

⁹ LUGA, Newton de. *Direito do Consumidor*. 2ª Ed. São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil. 2008. P.39-45.

¹⁰ diminuição da importância, do valor, da qualidade; depreciação, desdém, desprezo, menosprezo.

¹¹ É aquele que sofreu algum prejuízo em razão de um acidente de consumo. É a figura do “Bystander” do direito ou da doutrina Americana. Aqui, a vítima do evento danoso não é quem adquiriu diretamente o produto, ou não precisa ser

educação¹².

Se analisarmos a evolução legislativa e, até mesmo, da economia e mercado de consumo não seria errado afirmar que o Brasil caminhou a passos lentos. A revolução francesa de 1789 - Início da idade contemporânea – evidencia a burguesia caminhando ao poder, destaca a classe de empresários, banqueiros e outros buscando liderança política, não apenas na França, mas em todo mundo: eles semeavam ideais de igualdade, liberdade de iniciativa e justiça comutativa e anunciavam o fim do feudalismo. A economia sofreu uma retração das atividades comerciais, as moedas perderam seu espaço de circulação e a produção agrícola ganhou caráter subsistente. O sistema capitalista tem início com a implementação de uma nova economia voltada para industrialização e produções em massa.

A verdadeira revolução industrial no Brasil ocorreu quase 100 anos após os demais países. Os primeiros relatos aconteceram no governo de Getúlio Vargas, sendo a fase de implementação de 1808 a 1930. A verdade é que a mudança na economia exigia inovação também nas leis que amparavam os contratos de consumo em conjunto com regras de respeito à livre concorrência. O consumo por mera necessidade deu espaço às produções em massa e a proteção, seja do consumidor seja da própria economia quanto à livre concorrência.

O Marco da mudança de Postura do Estado frente à economia foram os anos de 1930¹³ ampliando o sentido de um Estado Social (Estado novo – 1934-1945), sendo mais intervencionista e desenvolvimentista e partir de então com consideráveis mudanças nas formas de intervenção econômica estatal. Os temas sociais, tais como educação, saúde e trabalho que não eram prioridades passam a ser e os primeiros passos quanto a defesa do consumidor e atos antitruste surgem, ainda que não da forma mais desejável, mas resultam em novo norte à uma das principais consequências dos capitalismos: o consumismo e necessidade de normas protetivas, especialmente aos mais vulneráveis¹⁴.

Observe as palavras de Rizzatto Nunes:

¹² LUCCA, Newton de. *Direito do Consumidor*. 2ª Ed. São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil. 2008

¹³ O Decreto-lei nº 869/1938, que trata da Lei de Crimes contra a Economia Popular, considerado o primeiro diploma legal brasileiro a conter dispositivos de natureza antitruste. Decreto nº 19.402, de 14 de novembro de 1930, criado pelo Ministério dos Negócios da Educação e Saúde Pública, Decreto nº 19.433, de 26 de novembro de 1930 pelo Ministério do Trabalho, Indústria e Comércio, a Constituição de 1934, o Código de Minas (Decreto nº 24.642, de 10 de julho de 1934) e o Código de Águas (Decreto nº 24.643, de 10 de julho de 1934). São exemplos de atos voltados ao direito social e preocupações com a Lei antitruste que comprovam as primeiras ações voltadas para uma intervenção estatal maior e amparo ao crescimento econômico. BERCOVICI, Gilberto. *Desigualdades Regionais, Estado e Constituição*. São Paulo: Max Limonad, 2003. P. 36-38.

¹⁴ BERCOVICI, Gilberto. *Desigualdades Regionais, Estado e Constituição*. São Paulo: Max Limonad, 2003. P.30-43.

Temos assim uma sociedade em massa. Dentre as várias características destaca-se uma que interessa: nele a produção é o planejamento unilateral pelo fabricante no seu gabinete, isto é, o produtor pensa e decide fazer uma larga oferta de produtos e serviços para serem adquiridos pelo maior número de pessoas. A ideia é ter um custo inicial para fabricar com único produto, e depois reproduzi-lo em série. Assim, por exemplo, planeja-se uma caneta esferográfica única e a partir desta reproduzem-se milhares, milhões de vezes em série.

Quando a montadora resolve produzir um automóvel, gasta uma quantia X de dinheiro na criação de um único modelo e, depois o reproduz milhares de vezes, o que baixa o custo final de cada veículo, permitindo que o preço de varejo possa ser acessível a um maior número de pessoas.

Esse modelo de produção industrial, que é o da sociedade capitalista contemporânea, pressupõe planejamento estratégico unilateral do fornecedor, do fabricante, do produtor, do prestador do serviço etc. Aliás já no começo do século XX, o contrato era planejado da mesma forma que a produção.

Não tinha sentido fazer um automóvel, reproduzi-lo vinte mil vezes e depois fazer vinte mil contratos diferentes para os vinte mil compradores. Na verdade, quem faz um produto e o reproduz vinte mil vezes também faz um único contrato e o reproduz vinte mil vezes. Ou, no exemplo das instituições financeiras milhões de vezes. Quem planeja a oferta de um serviço ou produto qualquer, por exemplo, financeiro, bancário, para ser reproduzido milhões de vezes, também planeja um único contrato e o imprime e distribui milhões de vezes(...).¹⁵

O Estado dos anos 30, em especial com a Constituição Federal de 1934, tinha grande preocupação com os direitos sociais (educação, saúde, etc) e, apesar de considerar e dar grande relevância ao intervencionismo, maior ativismo pelo Estado quanto à economia e relações de consumo ainda não encarava “a defesa do consumidor” entre os chamados direitos sociais e, assim, as prioridades e meios de atuação mantiveram-se bastante restritivos e tímidos. Por outro lado, o setor industrial estava em crescente alta com sua visão direcionada à obtenção de lucro e, fica evidente que, sem uma legislação, seria impossível evitar abusos econômicos contra os mais fracos. Embora os próximos anos viessem a se ser cenário de grandes conquistas sociais, problemas na economia também levaria o Estado a uma intervenção mais precisa na busca do equilíbrio tão falado das relações de consumo, foi visível, mas ainda não resultaria em uma legislação específica, tal qual, surgiria 60 anos depois: “Graças aos problemas econômicos e sociais da atualidade, o Estado vem intervindo de maneira cada vez mais crescente na esfera anteriormente intocável da economia privada”.¹⁶

Em 1962, uma grande potência mundial, divulgaria um fato histórico de busca a maior proteção às relações de consumo e economia, quando o então presidente dos Estados Unidos Jhon kennedy fez o discurso do “Bill of Rights” se incluindo entre os consumidores e

¹⁵ NUNES, Rizzato. *Cruso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2008 P. 30-35

¹⁶ Tradução original: “gracias a los problemas económicos y sociales propios dela épocas presentes, el Estado há ido intervindo em forma cada vez más creciente em la antes intocable esfera dela economia privada”. (MERINO, Daniel Moore. *Derecho económico*. Santiago: Jurídica de Chile, 1962, p. 39)

necessitados de uma maior proteção Estatal, afirmou existir, pelo menos, 4 direitos fundamentais dos consumidores. Enquanto nos EUA e nos países europeus a proteção do consumidor surge como resultado da consolidação da sociedade afluyente, no Brasil, de modo diverso, seu aparecimento é concomitante com as consequências provocadas pela industrialização das décadas de 1960 e 1970, seguidas de crises econômicas e sociais. Destaca-se, nesse período, a Lei Delegada nº 4, de 26 de setembro de 1962. O processo inflacionário e a consequente elevação do custo de vida desencadearam fortes mobilizações sociais¹⁷.

Em 1973, a Comissão de Direitos Humanos da ONU, na 29ª Sessão em Genebra, reconheceu os direitos fundamentais do consumidor e consolidou a noção de que o direito do consumidor seria um direito humano de nova geração, um direito social econômico, direito de igualdade material do mais fraco, do cidadão civil nas suas relações privadas frente aos fornecedores de produtos e serviços. Muito se ouviu, em épocas passadas, dos sinais de necessidades e atos de defesa ao consumidor, mas, a principal influência para uma legislação específica no Brasil para proteção dos direitos dos consumidores foi o discurso Bill of Rights¹⁸. Assim, na década de 1970, surgiram os primeiros órgãos de defesa do consumidor. Em 1976, foram fundadas a Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre (APC), a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba (ADOC) e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor (atual Fundação Procon São Paulo).

Nos anos 80, no Brasil quanto à economia, se destaca o desequilíbrio, interno e externo, sérios com alta dívida externa e aumento da inflação. Sua ligação econômica era forte com os Estados Unidos, país que domina o planeta do ponto de vista capitalista e capitaneia o controle econômico industrial e, neste país, diferentemente do Brasil, os direitos do consumidor já tinham sido destacados e a proteção ao consumidor teve início em 1890 – Lei Sherman – o que confirma ainda mais a relevância de normas específicas de proteção a esta classe¹⁹. O Brasil já era adepto de regime capitalista, estava em evidente crescimento econômico, lutas contra inflações e desigualdades sociais há anos e este discurso é visto com a maior influência na, já modificada visão do governo quanto a intervenção mais direta na economia que deixaria de ser mera expectativa para gerar trabalhos voltados à criação de normas.

Era época de se conhecer e adaptar ao novo modelo de associativismo, qual seja: a

¹⁷ Disponível em <https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil#:~:text=A%20defesa%20do%20consumidor%20no%20Brasil%20se%20desenvolveu%20a%20partir,o%20ent%C3%A3o%20presidente%20John%20F.> Visualizado em 06/06/2020.

¹⁸ NUNES, Rizzato. *Cruso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2008, P. 47.

¹⁹ NUNES, Op. Cit.. P.47-48..

sociedade de consumo, caracterizada pelo domínio do crédito e do marketing, por um número crescente de produtos e serviços. A mudança de uma produção individualizada e controlada deu espaço a uma produção em massa o que seria o espelho único dos interesses dos fornecedores de produtos e serviços, notoriamente mais preparados para nova economia e planos de atuação traçadas que age diretamente contra os ideais do destinatário final do produto, consumidor e parte vulnerável da relação.

A produção aumentada, o número de produtos fornecidos no mercado permite uma oferta final de valores mais acessíveis evidentemente, mas o gasto torna-se descontrolado e sem conhecimento dos direitos pelo consumidor e isso só contribui para aumento do desequilíbrio entre as partes especialmente se observado dentro do mercado financeiro, nos contratos de empréstimos bancários, a exemplo. Neste sentido afirma-se que os anos 80, em especial ao final, merece destaque pela recessão econômica²⁰, mas, também se destaca, pela redemocratização do País e um forte movimento consumerista, o qual almejava incluir o tema da defesa do consumidor na Assembleia Nacional Constituinte.

Por força do engajamento de vários setores da sociedade, por meio do Decreto nº 91.469, de 24 de julho de 1985, foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, do qual fizeram parte associações de consumidores, Procons Estaduais, a Ordem dos Advogados do Brasil, a Confederação da Indústria, Comércio e Agricultura, o Conselho de Auto-Regulamentação Publicitária, o Ministério Público e representações do Ministério da Justiça, Ministério da Agricultura, Ministério da Saúde, Ministério da Indústria e do Comércio e Ministério da Fazenda, com o escopo de assessorar o Presidente da República na elaboração de políticas de defesa do consumidor.

O Conselho Nacional de Defesa do Consumidor teve destacada atuação na elaboração de propostas na Assembleia Constituinte e principalmente, por ter difundido a importância da defesa do consumidor no Brasil, possibilitando, inclusive, a criação de uma Política Nacional de Defesa do Consumidor. No mesmo período, a Organização das Nações Unidas, por meio da Resolução nº 39-248 de 1985, estabeleceu as Diretrizes para a Proteção do Consumidor, ressaltando a importância da participação dos governos na implantação de políticas de defesa do consumidor.

Nos anos 90, a economia se definia em duas palavras “Turbulência e transformação”, que sintetizam a evolução da economia brasileira na década de 1990. Nesta época taxas de inflação eram ainda altas, a produção industrial e consumo continuava em acelerado

²⁰ Recessão é o nome usado para indicar que o ciclo econômico de um país entrou em uma fase de encolhimento. Visualizado em 30 de junho de 2020 no <https://blog.nubank.com.br/recessao/>

crescimento e, com posse do novo presidente, se esperava pelo congelamento de preços. Para conter os problemas na economia o governo anunciou uma séria reforma econômica e planos para diminuir a inflação²¹ que incluiu um inédito confisco da riqueza financeira dos brasileiros afetando em muita toda nação, sendo apenas positivo a queda temporária da inflação, que veio acompanhada da mais profunda recessão até então não experimentada pelo país. O congelamento de preços e salários pouco durou e as chamadas torneirinhas monetárias logo tiveram que ser abertas, devolvendo aos brasileiros o dinheiro que lhes havia sido subtraído. Houve uma retomada na economia, mas também o retorno de uma virulenta inflação. Nesta época viu-se acontecer privatização das empresas estatais e abertura às importações como importante marco econômico²².

A década de 90 foi muito importante para a economia brasileira por refletir inúmeras mudanças apontadas como essenciais, há décadas, pelo Estado social que formou²³. Mais precisamente, o antigo modelo econômico pautado na intervenção direta praticada pelo Estado na economia, com controle e responsável por investimentos em vários setores, principalmente ligados à infraestrutura, foi substituído por outro, onde o papel do Estado, agora, se limita à regulação desses setores a exemplo: setor de energia elétrica, de telecomunicações e outros. Nos anos 90 há uma redefinição do papel do Estado na economia brasileira refletindo diretamente na visão do que seria uma eficaz proteção ao consumidor e à ordem econômica²⁴. O Direito se realiza, determinando a disciplina das relações sociais e ordenando a convivência comunitária. Neste viés, a produção em massa, a grande quantidade de produtos colocados no mercado, claro, tornando-se os preços mais competitivos e acessíveis tinha uma contra prestação negativa: a utilização de produtos ou serviços passou a decorrer muito mais da influência sedutora dos comerciais de televisão, do status conferido pelas grifes, da publicidade envolvente e irresistível que transporta as pessoas a uma espécie de “reino da fantasia”²⁵, do

²¹ O Plano Collor foi um conjunto de medidas econômicas adotadas pelo governo de Fernando Collor de Mello (1990 – 1992). Este pacote econômico tinha o objetivo de controlar a hiperinflação da época, que chegou a 1.972% ao ano em 1989 (para efeitos de comparação, a inflação de 2015, considerada alta, foi 10,67%). Disponível em: <https://querobolsa.com.br/enem/historia-brasil/plano-collor>, visualizado em 27/05/2020

²² FILHO, Calisto Salomão. *Regulação da Atividade Econômica*. São Paulo: Editora Malheiros. 2001.P. 26-53.

²³ Entre esses fatos marcantes pode-se enfatizar a ampliação do grau de abertura econômica iniciada nos primórdios da referida década, abertura essa que foi amplificada pela implementação do Plano Real em julho de 1994, pela consolidação do Mercado do Cone Sul (MERCOSUL) no mesmo período e também pela reformulação do papel do Estado na economia. MELLO, Maria T.L. *Defesa da concorrência*. In: *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2002.P. 640

²⁴ MELLO, Maria T.L. *Defesa da concorrência*. In: *Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. David Kupfer e Lia Hasenclever. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2002. P.640.

²⁵ Já assim destaca Comparato: “O consumidor, vítima de sua própria incapacidade crítica ou suscetibilidade emocional, dócil objeto de exploração de uma publicidade obsessora e obsidional passa a responder ao reflexo condicionado da palavra mágica sem resistência. Compra um objeto ou paga por um serviço, não porque a sua marca ateste a boa qualidade, mas simplesmente porque ela evoca todo um reino de fantasia ou devaneio de atração

que das necessidades fundamentais do indivíduo e de sua família, como deveria ser²⁶.

Com a expansão do mercado a publicidade era um aliado daqueles que produziam e ofertavam serviços e produtos, traçando-se uma árdua discussão do que seria realmente necessário e do que seria fruto de sedutora e habitual arma do sistema capitalista irresponsável que é a propaganda: “a maioria das necessidades comuns de descansar, distrair-se, comportar-se e consumir de acordo com os anúncios, amar e odiar o que os outros amam e odeiam, pertence a essa categoria de falsas necessidades”²⁷.

A economia, flagrantemente se voltava à produção industrial há anos e as produções em grande escala e o governo incentivava atos para privatizações e a, cada vez mais, o setor industrial expandia, presumível o aumento da oferta e da procura e concorrência passa a utilizar de seus meios mais inusitados para obter a atenção do consumidor. A tão, historicamente, falada e aclamada necessidade de uma adequada informação de produtos e serviços, condições de venda e educação de consumo²⁸ combinada com a proteção destes direitos e de regras à publicidade e livre concorrência também passaram a ser vistas como pontos essenciais e que deveriam se completar, afinal, quanto a esta última preocupação não resta dúvidas de que o sistema capitalista não se interesse em observar se os bens e serviços gerados e oferecidos atenderiam a real necessidade da população.²⁹

O domínio da estrutura moderna de mercado de competição oligopolística e monopolística, em que empresas não podem vender seus produtos ao preço de mercado na qual a competição de preço pode ser contraproducente, cria grandes incentivos para a publicidade de um estilo de vida e imagem. A posição mais conhecida sobre a tese da manipulação da preferência é a de Galbraith, que argumenta que, naqueles mercados de consumidores dominados por grandes corporações os produtores usam a publicidade para criar desejos, em vez de responder à necessidade³⁰.

irresistível o devaneio de atração irresistível. Nessas condições, a distância que se separa esse pobre Babbit do cão de Pavlov torna-se assustadoramente reduzida”. Vera M. Jacob de Fradera, em *A Interpretação da Proibição de Publicidade Enganosa ou Abusiva à Luz do Princípio da Boa – fé : O Dever de informar no Código de Defesa do Consumidor* (Revista do Consumidor n.º 4, RT, 1992, p.181), afirma: “A publicidade é , justamente , um dos fenômenos desta época em que vivemos, ela faz parte de nosso cotidiano, desde a mais tenra infância até nossos últimos dias , é através, dela que o mundo, em todas as suas facetas, nos é proferido, como se fora uma vitrine, onde são expostas as ‘novidades’ que, a partir de então passam a ser ‘necessidades’ , mostradas que são como indispensáveis ao conforto e à atualização da vida e dos lares”. Ronald Porto Macedo Jr. (p.289) destacou, com argúcia: “A diferenciação artificial de produtos é também fato que frequentemente induz o consumidor a enganar-se no momento em que faz suas escolhas de consumo, comprando produtos mais caros por imaginar superiores e diferentes de seus similares mais baratos”. LUCCA, Newton de. *Direito do Consumidor*. 2ª Ed. São Paulo: Editora Quartier Latin do Brasil. 2008. P. 53

²⁶ Ibidem

²⁷ MARCUSE, Herbert. *Ideologia da Sociedade Industrial*. Trad de Giasone Rebuá. 3º Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969. P. 26

²⁸ Declarada, em especial, pela Organização das Nações Unidas

²⁹ MARCUSE, op. Cit. P. 26-27.

³⁰ RAMSEY, Ian. *O controle da Publicidade em um Mundo Pós Moderno*. Revista do Consumidor n.º 4, RT, 1992. P. 29.

A mesma situação vivida nos anos 80 é observada agora nos anos 90: ofertas sem limites também gera um sentimento e uma visão, cada vez maior de desigualdade e o consumo não mais permite controle, não respeitava, nem mesmo a durabilidade dos produtos que era substituídos de acordo com “consumismo” sem limites e, favorecendo, obviamente os consumidores de classe alta que tinham alto poder aquisitivo e uma invariável gama de ofertas mas, de outro lado tem a população carente cujo consumo de bens está bem abaixo de suas condições financeiras. O distanciamento social também exigia uma intervenção estatal.

Desde os primeiros passos de evolução das formas de consumo, industrialização e produções em massa em 1930 mantiveram sob a proteção das leis gerais do direito civil, cujos princípios, regras e conclusões não permitiam diferenciar e acolher de forma correta a parte mais fraca da relação, o consumidor. O Brasil passou por momentos delicados na economia, abusos pelos fornecedores e dominantes do mercado sem a devida permissão de “livre concorrência com preços e produtos adequados”, sem fornecer ao consumidor um amparo legal adequado e o acesso à produtos concorrentes, sem meios de resguardar direitos que permitissem equilíbrio da relação e, historicamente, mostra-se como a economia oscilou e, praticamente, atingiu nível extremo de desigualdades, abusos e fragilidade de mercado. A economia de um país influencia todas as demais funções que lhe é inerente, até mesmo atinge a efetividade dos direitos sociais e consequentemente põe em risco a democracia e demais atos governamentais. Mesmo com tantas considerações, iniciado os primeiros passos em 1930 apenas a partir de 1990 seria idealizado o código de defesa do consumidor (1990) e a lei antitruste (1994)³¹.

A Constituição Federal, promulgada em 05 de outubro de 1988 reflete o momento histórico trouxe as primeiras consideráveis conquistas do consumidor: no seu art. 1º, inciso III, observa-se a dignidade da pessoa humana como fundamento da República Federativa do Brasil, no rol dos direitos sociais no artigo 5, XXXII está a defesa aos direitos do consumidor e, ainda, frisando com um direito social e como fim da ordem econômica no artigo 170, caput e um dos princípios econômicos V da lei Magna, e art. 48 das Disposições transitórias, conforme, inclusive está previsto no art. 1º da Lei. 8.078/1990 transcreve-se:

Art. 5 - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
(...)
XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”;

³¹ RAMSEY, Ian. *O controle da Publicidade em um Mundo Pós Moderno*. Revista do Consumidor n. °4. RT, 1992. P. 29.

Art. 170 - A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existências dignas, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - Defesa do consumidor;³²

Reconhecida sua relevância e quanto pode refletir na economia e na privada e pública, é a Constituição manteve, entre os direitos sociais, aquele direito que daria equilíbrio a principal relação de uma nação cujo regime adotado é o capitalismo: o direito do consumidor, afinal “os direitos sociais, como direitos da segunda dimensão, convém lembrar são aqueles que exigem do Poder Público uma atuação positiva, uma forma atuante na implementação da igualdade social dos hipossuficientes”³³.

1.2.O Direito do Consumidor na Constituição Federal

Neste subcapítulo será analisado, com a promulgação da Constituição Federal de 1988 e inclusão do direito do consumidor no rol do direitos sociais e como um princípio basilar da economia, os artigos constitucionais que dão amparo ao consumidor até a publicação da Lei 8.078/1990 - código de defesa do consumidor- bem como, sua estrutura: relevância jurídica e princípios.

A república Federativa do Brasil tem por base os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa remetendo a clara noção de que o regime capitalista adotado por uma nação tem intensa responsabilidade social, ou seja, não é ilimitado os atos praticados em busca de maior e melhor desenvolvimento. Relembre-se que a Constituição frisa, em seu primeiro artigo que a dignidade da pessoa humana é bem intangível e partindo-se deste pressuposto, inclusive, está a obrigação de proteção dos direitos do consumidor, voltados à incansável busca pela igualdade e uma consciência de consumo, mas claro, sem deixar de lado o exercício salutar de uma economia em amplo crescimento³⁴.

O art.1º da Constituição diz que a República Federativa do Brasil é formada com alguns fundamentos dentre estes: cidadania, dignidade da pessoa humana valores sociais do trabalho e da livre iniciativa. Quando se fala do regime capitalista brasileiro não afasta o fato de que a livre iniciativa gera responsabilidade social e, portanto, a Lei 8.078/1990 surge para garantir a

³² Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm . Visualizado em 05/06/2020.

³³ TAVARES, André Ramos, *Curso de Direito Constitucional*, 2 Edição, 2003, Ed. Saraiva.P. 583.

³⁴ Não há como proteger o consumidor sem um mercado em fomento e com empresas em constante concorrência. BERCOVICI, Gilberto. *Constituição Econômica e Desenvolvimento: uma leitura a partir da Constituição de 1988*. São Paulo: Malheiros, 2005.

melhoria da qualidade de vida dos cidadãos através da implementação de uma política de nacional de consumo, antes de qualquer outra obrigação. O acesso a inúmeros produtos e preços justos e competitivos também é um direito do consumidor motivo pelo qual a Lei 8.078/1990 encontra complemento nas medidas antitrustes definidas pela antiga lei 8.884/1994, atual Lei 12529/2011.

Interpretando o artigo 5º da Constituição, em perfeita sintonia com os demais artigos que define as prioridades da república Federativa do Brasil, especialmente a proteção da dignidade da pessoa humana, relevante destacar que este dispositivo constitucional, reconhece, o consumidor como vulnerável dentro de uma relação de consumo reforçando, portanto, a intervenção estatal na defesa do consumidor. O princípio da vulnerabilidade do consumidor tem amparo constitucional e não apenas infraconstitucional do artigo 4º, inciso I, do Código de Defesa do Consumidor que apenas repetiu um mandamento de natureza constitucional.

O artigo 5º da Constituição, também, impõe obrigações ao Estado e uma delas é promover a defesa do consumidor. É uma norma programática, mas de eficácia positiva impondo ao Estado, portanto, a obrigação de defesa do consumidor mediante implementação de políticas públicas: “a proteção do consumidor é uma liberdade pública positiva, pois o Estado tem a obrigação de comparecer para a prestação de certas tarefas. O que se exige é uma atuação do Poder Público e não sua abstenção”³⁵. O mesmo dispositivo informa a necessidade de uma Lei infraconstitucional regulamento as imposições acima.

O artigo 170, inciso V, da Constituição Federal também reflete a postura intervencionista do Estado nas relações econômicas e estabelece que “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”, e dentre outros destaques está o princípio de defesa do consumidor vinculado ao princípio da livre concorrência e outros da ordem econômica elucidando que não há uma hierarquia entre os princípios constitucionais da ordem econômica: (...) não há por que distinguir a defesa do consumidor, em termos de nível hierárquico, dos demais princípios declarados no art. 170. Quer isto dizer que o legislador, por exemplo, não poderá sacrificar o interesse do consumidor em defesa do meio ambiente, da propriedade privada, ou da busca do pleno emprego; nem inversamente, preterir estes últimos valores ou interesses em prol da defesa do consumidor³⁶”

A constituição Federal trouxe, além de normas escritas, princípios constitucionais que

³⁵ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 5 edições, São Paulo, RT, 2006, P.155

³⁶ COMPARATO, Fábio Konder. *A proteção ao consumidor na Constituição brasileira de 1988*. Revista de Direito Mercantil, nº 80: 1990. P. 65-75.

orientam, condicionam e iluminam a interpretação das normas jurídicas em geral e, não apenas devem mas estarão presentes em qualquer norma infraconstitucional, a exemplo, o código de defesa do consumidor³⁷. A Constituição se preocupou, até mesmo com prazo de 120 dias, a contar da promulgação da Constituição Federal para publicação da Lei específica do Consumidor mas, o que causa estranheza é a ausência de um capítulo específico com normas e direitos relativos especificamente ao Direito do Consumidor, “a constituição federal foi tímida no dispor sobre a proteção dos consumidores”, embora “realçada de importância, contudo, sua inserção entre os direitos fundamentais³⁸, com o que se elevam os consumidores à categoria de titulares de direitos constitucionais fundamentais”³⁹, trouxe pouca informação específica sobre direitos e deveres dos consumidores.

Para confirmar o status constitucional de direito fundamental atribuído ao direito do consumidor transcreve-se as palavras de Claudia Lima Marques afirmando que o direito do consumidor é:

(...) um direito fundamental (direito humano de nova geração, social e econômico) a uma prestação protetiva do Estado, a uma atuação positiva do Estado, por todos os seus poderes: Judiciário, Executivo, Legislativo. É um direito subjetivo público geral, não só de proteção contra as atuações do Estado (direito de liberdade e direitos civis, direito fundamental de primeira geração em alemão *Abwehrrechte*), mas de atuação positiva (protetiva, tutelar, afirmativa, de promoção) do estado em favor dos consumidores (direito a alguma coisa, direito prestacional, direito econômico e social, direito fundamental de nova geração, em alemão *Rechte auf positive Handlungen*)⁴⁰

Cada Estado possui seus direitos fundamentais eleitos e, uma vez indicados como um, recebe diferenciado nível de proteção, garantias ou segurança. A positivação dos direitos fundamentais, considerados “naturais e inalienáveis”⁴¹ do indivíduo pela Constituição como normas fundamentais constitucionais, é que vincula o direito. Canotilho ressalta a importância de vê-los reconhecidos e torná-los eficazes: “Sem o reconhecimento constitucional, estes direitos seriam meramente aspirações ou ideais, seriam apenas direitos do homem na qualidade de normas de ação moralmente justificadas”⁴²

A indagação acerca da inserção do direito do consumidor como um direito fundamental

³⁷ A questão relativa aos princípios constitucionais e infra constitucionais serão tratados com maior detalhe em capítulo posterior sobre a interpretação da norma

³⁸ Os direitos fundamentais são os do homem que as Constituições positivaram (...) estão vinculados aos valores de liberdade e dignidade humana, levando-nos, assim, ao significado de universalidade inerente a esses direitos como ideal da pessoa humana. BONAVIDES, Paulo. *Curso de Direito Constitucional*. 7.ed. São Paulo: Malheiros, 1997 p.518-519

³⁹ DA SILVA, José Afonso. *Curso de Direito Constitucional*, 26 Edição, Malheiros Editores, 2006.P 285.

⁴⁰ MARQUES, Cláudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*, 5ª edições, São Paulo, RT, 2006, P.155

⁴¹ CANOTILHO, J. J. Gomes. *Direito Constitucional*. Curitiba: Ed. Renovar. 1998, p. 369.

⁴² *Ibidem*.

encontra resposta na necessidade de se tutelar a dignidade da pessoa humana face à vulnerabilidade do consumidor. Por ser expressamente considerada como um direito fundamental, a defesa do consumidor não se restringe a ser mera norma de ordem pública, mas uma exigência de sua observância por meio de uma normatividade específica e de medidas de caráter interventivo que é a Lei. 8.078/1990.

No Estado Democrático de Direito os direitos fundamentais ingressam nas relações privadas com caráter de normas imediatamente aplicáveis, ou com perfil de ordem objetiva de valores, destituindo-se da feição de normas programáticas, para influenciar na aplicação, interpretação e até mesmo criação das normas jurídicas. Superada a visão do Código Civil como a “Constituição do Direito Privado”, os princípios e valores constitucionais tornam-se a chave de leitura das relações privadas. Neste sentido, é notório que, ultrapassa as rígidas fronteiras entre o público e o privado, o contrato celebrado nas relações de consumo, observando as regras da lei, passa a ser instrumento de realização destes direitos fundamentais nas relações entre particulares.

O Código de defesa do consumidor⁴³ (lei 8.078/1990) reuni várias preocupações que as normas dispersas todas buscavam, em , especial, diminuir a distância entre “o amparar ao consumidor e limites da livre iniciativa”⁴⁴, sem, contudo, deixar de aplicar os princípios constitucionais que seriam a base única do efetivo exercício da cidadania, definindo e sistematizando muitos aspectos do direito público e privado, tudo isso reuniria conquistas imensuráveis aos consumidores que deixariam de ser carentes de uma proteção legal, tudo sem afastar a sua condição hipossuficiente e vulnerável frente aos fornecedores de produtos e serviços mas, lhes traria meios legais para os colocarem a par de igualdade⁴⁵.

As normas constitucionais de Direito do Consumidor, assim compreendidas pois, decorrem de outros princípios gerais da Constituição Federal⁴⁶ ou de normas específicas que regulam determinados direitos materiais. Os Direitos Sociais do Homem Consumidor são

⁴³ O Código de defesa do consumidor foi publicado no dia 11 de setembro de 1990 foi sancionada a Lei 8.078 que instituiu o Código de Proteção e Defesa do Consumidor, código que passou a ser modelo para muitos outros países vizinhos

⁴⁴ MELLO, Maria T.L. *Defesa da concorrência. In: Economia Industrial: fundamentos teóricos e práticas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Campus. 2002.P. 636-640.

⁴⁵ SAMPAIO JUNIOR, Rodolpho Barreto. *A defesa do consumidor e o paternalismo jurídico*. Belo Horizonte. Anais. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. P. 4.817-4.836.

⁴⁶ “...princípios são linhas mestras, os grandes nortes, as diretrizes magnas do sistema jurídico. Apontam rumos a serem seguidos por toda a sociedade jurídico. Apontam rumos a serem seguidos por toda a sociedade e obrigatoriamente perseguidos pelos órgãos do governo (poderes constituídos). Eles expressam a substância última do querer popular, seus objetivos e desígnios, as linhas mestras da legislação, da administração e da jurisdição. Por estas não podem ser contrariados; têm que ser prestigiados até as últimas consequências” ATALIBA, Geraldo. República e Constituição. P. 6-7 apud NUNES, Rizzato. *Curso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2018. P. 48.

apreendidos, a partir, do princípio da isonomia (artigo 5º, caput, da Constituição Federal), da dignidade da pessoa humana (artigo 1º, inciso III, da Constituição Federal), direito à intimidade, vida privada, honra e imagem (artigo 5º, inciso X, da Constituição Federal), o direito à informação (artigo 5º, inciso IX, da Constituição Federal), entre outros.

Os Direitos Sociais do Homem Consumidor em 5 itens com seus respectivos subitens:

- (i) Direitos Sociais relativos à seguridade (Seguridade Social, Direito à Saúde, Direito à alimentação adequada, Direito à Previdência Social e Direito à assistência social);
- (ii) Direitos Sociais relativos à Educação e Cultura (Direito à Educação e Direito à Cultura); (iii) Direitos Sociais relativos à Moradia; (iv) Direito Ambiental (Direito ao Lazer e Direito ao Meio Ambiente); bem como (v) Direitos Sociais da Criança e dos Idosos (Proteção à maternidade e à infância e Direitos dos Idosos)⁴⁷.

O direito do consumidor, conforme disposição constitucional, é reconhecimento um dos direitos fundamentais e, portanto, constituídos por regras e princípios, positivados constitucionalmente, cujo rol não está limitado aos dos direitos humanos, que visam garantir a existência digna (ainda que minimamente) da pessoa, tendo sua eficácia assegurada pelos tribunais internos.

A Lei 8.078/1990, afirma sua origem constitucional no seu artigo 1º deixando claro o caráter de ordem pública e interesse social pela previsão deles como direito social e princípio econômico e cumpre a disposição constitucional e estabelece no seu artigo 4º, caput, do Código de Defesa do, a Política Nacional das Relações de Consumo:

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

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:

I - Reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - Ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

- a) por iniciativa direta;
- b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

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 sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - Educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus

⁴⁷ DA SILVA, José Afonso, *Curso de Direito Constitucional*, 26ª Edição, Malheiros Editores, 2006. P 155

direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - Incentivo à criação pelos 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;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - Racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - Estudo constante das modificações do mercado de consumo

Não se pode olvidar que uma análise , ainda que concisa , do Código de Defesa do Consumidor permite classifica-lo como lei principiológica, tendo em vista a opção do legislador por adotar “uma avançada técnica legislativa baseada em princípios e cláusulas gerais”⁴⁸ O artigo 4º da lei contém as diretrizes essenciais para efetividade da proteção deste direito fundamental de forma que sua interpretação deve abranger todas suas vertentes se fundamentando em , pelo menos, 8 princípios próprios do Código de Defesa do consumidor e manter o equilíbrio entre esta proteção e a política nacional de ordem econômica ou da liberdade econômica.

Frisa-se que os princípios do Código de defesa do consumidor não se limitam ao artigo 4º, todo texto legal vincula-se aos princípios e diretrizes peculiares de um direito fundamental. Partindo deste raciocínio, é correto afirmar que a incidência destes direitos não se pode prosperar nos moldes do tudo ou nada de Ronaldo de Dworking⁴⁹ para validar ou invalidar a lei e sua interpretação primária, repita-se, dado seu peso e importância relacionados ao caso concreto.

Neste sentido, afirma-se que os princípios expressos no Código do Consumidor, não são taxativos, mas meramente exemplificativos uma vez que não se esgotam na descrição feita na lei, há outros, ainda que implícitos, para dar coerência, razoabilidade a sua interpretação. O princípio da dignidade da pessoa humana está presente na Lei 8.078/1990 tendo em vista que a defesa dos consumidores e a tutela de seus interesses nada mais são do que uma das faces da defesa da dignidade da pessoa humana e, para tal, essencial o princípio da proteção que vem descrito no artigo 6º da Lei, protegendo a a incolumidade física, psíquica, ou econômica do consumidor parte vulnerável, essencial para equilibrar as relações de consumo, estabelecendo a igualdade entre as partes.

Bastante similar com princípio da boa-fé contratual do Código Civil é o princípio da

⁴⁸ CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008. P. 24-25.

⁴⁹ DWORKIN, Ronald. *A raposa e o porco-espinho: justiça e valor*. Tradução de Marcelo Brandão

confiança que destaca a necessidade de que o fornecedor deve agir com lealdade para com o consumidor. O princípio da precaução, embora implícito, existe neste código tem a função de resguardar o consumidor de riscos desconhecidos e relativos aos produtos e serviços colocados no mercado de consumo. O princípio da transparência já se observava nos 4 direitos fundamentais declarados no Bill of Rights em 1962 e ele prevê que o fornecedor tem obrigação de informar quanto aos riscos do negócio, para que o consumidor tenha inteira consciência do que contrata. Logo, entende-se este princípio, também, como um dos pilares da boa-fé objetiva, impondo ao fornecedor o dever de informar de modo adequado, suprindo-se assim todas as informações tidas essenciais para o melhor aperfeiçoamento da relação de consumo.

O principal dos princípios é o da vulnerabilidade, existente a partir do art. 5º da Constituição, que é requisito essencial para a caracterização do consumidor. Essa vulnerabilidade deverá ser jurídica, fática, socioeconômica, informacional e firma a fragilidade do consumidor em relação ao fornecedor. Também com raiz nas relações civis está o princípio da boa-fé objetiva e do equilíbrio que define as relações de consumo como aquelas em que as partes devem proceder com probidade, lealdade, solidariedade e cooperação nas suas relações, pautada no artigo 4º, III, do Código de Defesa do Consumidor: é um dever permanente entre as partes em suas relações.

Também um condão do Bill of Rights, tem o princípio da informação que dá ao consumidor o direito subjetivo de receber a informação adequada, clara, eficiente e precisa sobre o produto ou serviço, bem como de suas especificações de forma correta (características, composição, qualidade e preço) e dos riscos que podem apresentar. Mais um vinculado ao discurso do presidente americano em 1962 é o princípio da facilitação da Defesa que, previsto no art. 6º da lei, prevê direito de inversão do ônus da prova e garante ao consumidor a facilitação dos meios de defesa de seus direitos. Daí, dizer que um dos meios de facilitação de defesa é a inversão do ônus da prova, portanto, difere-se da relação de direito civil onde a prova incube a quem alega. Na relação de consumo, o consumidor reclama em juízo, e o fornecedor deverá provar em contrário.

O princípio da revisão das cláusulas contratuais dá ao consumidor o direito de manter a proporcionalidade do ônus econômico que implica ambas as partes, consumidor e fornecedor, na relação jurídico - material, portanto, toda vez que um contrato de consumo acarretar prestações desproporcionais, o consumidor tem o direito à sua modificação para estabelecer e restabelecer, a proporcionalidade e o direito a revisão de fatos supervenientes que tornem as prestações excessivamente onerosas.

O princípio da conservação dos contratos: o consumidor tem o direito de manter a

proporcionalidade do ônus econômico que tem com o fornecedor na sua relação jurídico-material, de modo que as prestações não poderão ser desproporcionais, podendo o consumidor estabelecer e restabelecer a proporcionalidade via revisão das cláusulas contratuais. O objetivo do CDC é apenas conservar os contratos, para tanto, havendo desproporcionalidade ou onerosidade excessiva, devem ser feitas modificações ou revisões com o intuito de sua manutenção, assim, a extinção contratual é realizada em última hipótese quando não houver outra possibilidade de adimplir com as obrigações, ocorrendo ônus excessivo a qualquer das partes.

Resta dois últimos princípios relevantes o da solidariedade e da igualdade: o primeiro diz que todos os envolvidos responsáveis respondem pela ofensa cometida à vítima. Trata-se de mais uma defesa processual em que, todos respondem solidariamente ao autor da ofensa, pela reparação dos danos. O segundo exige o permanente equilíbrio das partes. Trata-se da proteção ao consumidor, ao exigir boa-fé objetiva na atuação por parte do fornecedor, para garantir o equilíbrio entre as partes, tem o consumidor o direito de informação, à revisão contratual, e à conservação do contrato, sempre com o intuito de estar em par de igualdade nas contratações⁵⁰.

Conhecendo a formação e a estrutura de Lei 8.078/1990 sua íntima ligação com Lei Antitruste e seu caráter de direito fundamental e princípio econômico, não resta dúvida de sua complexidade, muito maior que se entende, *a priori*. Por ser direcionada à proteção de uma parte, constitucionalmente, declarada vulnerável (consumidor) em uma relação habitual e comum e, ainda, essencial à economia capitalista e sua fácil acessibilidade presume ser, também, passível de uma única e correta interpretação o que não é verdade. Sua interpretação está direcionada, traçada também na lei 8.078/1990, mas as colisões possíveis destes relevantes e variados princípios requer um conhecimento mais aprofundado: a lei age para efetivar, positivar um direito social e isso não é tarefa simples, é uma obrigação do Estado Social.

Do ponto de vista analítico, ao contrário dos direitos de defesa cuja função principal é limitar a atividade do Estado, implicando, assim, um dever de abstenção, os direitos sociais caracterizam-se por serem, primacialmente, direitos à prestação em sentido estrito, ou prestacionais, no sentido de que exigem uma intervenção do Estado, uma ação estatal, gerando, portanto, obrigações positivas realizáveis por meio da ação social.⁵¹

⁵⁰ <http://estadodedireito.com.br/os-principios-consagrados-no-codigo-de-protecao-e-defesa-consumidor1/#:~:text=Princ%C3%ADpios,de%20escolha%2C%20e%20%C3%A0%20seguran%C3%A7a.>

⁵¹ ALEXY, Robert. 1993a; BRANCO, 2000; CONTRERAS PELÁEZ, 1994; FARIAS, 2000; LOPES, 1994; SARLET, 1998 apud SANTOS, Fernando. *A efetividade dos direitos fundamentais sociais e o controle das políticas públicas à luz da teoria dos princípios*. Texto Científico. Brasília a. 44 n. 175 jul./set. 2007. Disponível em https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/44/175/ril_v44_n175_p219.pdf visualizado em 02/06/2020.

A solução de um caso concreto difícil está na construção teórica feita neste, ou seja, pela interpretação se reconstrói a situação em conformidade com os princípios jurídicos aplicáveis e reconhecidos pela comunidade de princípios, alcançando a decisão correta, tal qual um romance em cadeia⁵². Não há contradição de princípios, não há hierarquia, eles estão no mesmo plano de aplicação. Deste modo, a segurança jurídica está na aplicação do direito como integridade, pois se garante a coerência de princípios que são criados pela comunidade personificada.

Neste sentido, pode-se afirmar que o princípio geral da atividade econômica de defesa do consumidor impõe a realização de uma política pública com dupla eficácia: a positiva determina que os poderes públicos tenham o dever de desenvolver o programa constitucional, por meio de ação coordenada que estimule a ordem econômica brasileira; a negativa quer impedir que o legislador ou a Administração Pública edite normas conflitantes com o objetivo do programa constitucional de proteção do consumidor.

Alguns autores defendem que a defesa do consumidor seria coligada à Cláusula Geral da Personalidade, ou seja, a Constituição, ao prever o respeito à dignidade humana como seu fundamento mais importante, e ainda, considerar como objetivo da República a erradicação da pobreza e a marginalização, para reduzir as desigualdades, mostram-se com a intenção de proteger os consumidores.

(...) o coligamento destes preceitos com os princípios fundamentais da Constituição, que incluem entre os fundamentos da República “a dignidade da pessoa humana” (art. 1º, III), e entre os objetivos da República “erradicar a pobreza e a marginalização, e reduzir as desigualdades sociais e regionais” (art. 3º, III), demonstra a clara intenção do legislador constituinte no sentido de romper a ótica produtivista e patrimonialista que muitas vezes prevalece no exame dos interesses dos consumidores⁵³.

O constituinte, assim procedendo, não somente inseriu a tutela dos consumidores entre os direitos e garantias individuais, mas afirma que sua proteção deve ser feita do ponto de vista instrumental, ou seja, com a instrumentalização dos seus interesses patrimoniais à tutela de sua dignidade e aos valores existenciais. Trata-se, portanto, do ponto de vista normativo, de proteger a pessoa humana nas relações de consumo, não já o consumidor como categoria de per

⁵² Esta “expressão” representada a obra de Ronald Dworkin sobre processo interpretativo do Direito. Dworkin afirma que o processo interpretativo pode ser visto como um romance escrito por vários autores, sendo cada um deles responsável pela criação de um capítulo particular que formam o todo. Em outras palavras, cada juiz ao decidir é responsável por um capítulo. DWORKIN, Ronald. *Levando os Direitos a Sério*, 1ª ed., 2002, Martins Fontes. P.86-95.

⁵³ TEPEDINO, Gustavo. BARBOSA, Heloisa Helena. MORAES, Maria Celina de. *Código Civil Interpretado Conforme a Constituição da República*. Volume I. Rio de Janeiro: Editora Renovar. 2ª Ed. 2007. P.245.

se considerada. A proteção jurídica do consumidor, nesta perspectiva, deve ser estudada como fato particular e essencial de uma tutela mais ampla: aquela da personalidade humana; seja do ponto de vista de seus interesses individuais indisponíveis, seja do ponto de vista dos interesses coletivos e difusos⁵⁴.

Analisado os principais aspectos da proteção à parte vulnerável das relações resta ao Estado intervir, de forma coerente, nos parâmetros da livre iniciativa em uma economia pautada, como já dito, em uma ampla expansão industrial, com produções em massa, implementação de variados modelos de concorrência e, neste sentido, as empresas são tomadoras de preços, dado que reflexos da alta demanda: se as empresas decidissem estabelecer um preço acima do preço de mercado, a quantidade demandada por seus produtos cairia a zero, retoma-se a preocupação à atos antitruste. No mercado, se estipulado um preço abaixo, perde-se receita, pois, seus reduzidos tamanhos não permitirão que consigam abastecer todo mercado. É certo que, quanto maior a oferta de produtos mais flexível e acessível é valor e apesar de antigas tentativas no início da revolução industrial no Brasil (1937-1945) e a histórica conquista de uma lei específica de proteção ao consumidor e medidas e práticas voltadas a livre concorrência não permitiam a eficácia perfeita das normas protetivas.⁵⁵

1.3. Contribuições do Direito Concorrencial Brasileiro para a Defesa do Consumidor

A ligação entre Direito do Consumidor (Lei. 8.078/1990) e a Lei Antitruste (Lei 8.884/1994 e 12.529/2011) está exatamente e influenciado pelas mudanças e evolução dos direitos sociais do século XX, no conceito de justiça que se desenvolveu a partir do Estado de Bem-estar, ou seja, no conceito de justiça voltada ao bem-estar social. Os mercados promovem o bem-estar social da sociedade como um todo por meio de oferta de grande variedade de produtos e serviços para consumo, permitindo, contudo, a liberdade do consumidor, face a livre concorrência para decidir pelo produto e preço adequado ou o qual deseja, ou quanto está disposto a pagar por estes bens e serviços.

No livro, *Justiça*, do escritor Michael Sandel, no primeiro capítulo intitulado “Justiça: Fazendo a coisa certa”, o escritor narra a situação econômica vivenciada no verão de 2004 na Flórida em que o aumento “abusivo” dos preços gerou uma enorme discussão sobre “aplicar ou

⁵⁴ Ibidem, op. Cit. P. 249-250.

⁵⁵ O modelo de concorrência perfeita permite que o consumidor amplie seu direito e bem-estar, pois a competição entre as empresas produz o menor nível de preços entre todos os demais modelos microeconômicos e, como resultado, o excedente do consumidor também é maximizado. FILHO, Calixto Salomão. *Regulação da Atividade Econômica (Princípios e Fundamentos Jurídicos)*. São Paulo: Malheiros Editores. 2001.

não lei contra preços abusivos”. De um lado, até mesmo pela forma como é tratada a livre concorrência nos E.U.A que não se identifica com Brasil, alguns economistas defendiam que permitir a total liberdade de se aplicar altos preços era uma forma de bem-estar pois estaria dando ampla liberdade aos consumidores de colocar o exato valor em suas necessidades, dando a estes a oportunidade de “negar” comprar algo com preços elevados pelo estado de necessidade do momento e isto seria reflexo de uma economia equilibrada e justa. De outro lado economistas apontavam que isso feria a igualdade afinal, “bem-estar e liberdade” não poderia agir em prejuízo de classes menos favorecidas economicamente, a exemplo, uma família que não poderia pagar 4 vezes mais os valores cobrados por uma noite em um motel acabariam nas ruas, correriam risco de vida. Nesse sentido seria essencial a intervenção Estatal na defesa do consumidor⁵⁶

O exemplo acima foi dado para ilustrar o quão próximo estão as duas leis e sua importância. A lei antitruste veio para combater as práticas delituosas relacionadas ao direito da livre concorrência, livre iniciativa, ou seja, nasceu para coibir a prática do direito desleal, principalmente, combater os monopólios. Neste início essencial entender o que são os monopólios ou, o que são, os trustes e os carteis que, em uma rápida explicação seriam: o truste é toda forma de monopólio utilizada para se obter uma formação de empresas que objetivam garantir seu preço no mercado de forma a inviabilizar a concorrência, impedindo que outras empresas ingressem no mercado provocando uma concorrência real⁵⁷, os cartéis são empresas que se unem para fixar seus preços, em regra, alto já que todos os fornecedores estão juntos e não haverá outro meio de obter este produto senão pagando valor alto⁵⁸

Para nós, entretanto, importa notar que muitas vezes a atuação do Estado sobre a economia (“intervenção”) é efetuada mediante a utilização de uma norma destinada a tutelar a livre concorrência entre os agentes ou reprimir o abuso do poder econômico, ou seja, uma norma antitruste. Dentre as técnicas de organização dos mercados colocam-se, então, as normas destinadas a regular a concorrência entre os agentes econômicos e o abuso do poder econômico. Ora, vista sob esse novo ângulo, a análise contemporânea das normas antitruste não pode prescindir de sua consideração como uma técnica, como um instrumento de que lança mão o Estado para atuar determinada política pública. Sem medidas que inibam tal prática o direito estabelecido no art. 6º da Lei 8.078/1990 que é o acesso à livre concorrência, fica inacessível, o consumidor passa a ter uma “coação” mais próxima da extorsão do que de qualquer outra forma de explicação já que não terá liberdade de escolha do produto a um preço justo.⁵⁹

⁵⁶ SANDEL, Michael . *Justiça, o que é fazer a coisa certa*. 25ª ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira. 2018.P.64-69.

⁵⁷ A exemplo, os preços predatórios que são preços dados a mercadorias inferior a seu preço de custo o que é impossível praticar por outras empresas do mercado. Com isto se elimina empresas concorrentes.

⁵⁸ Exemplo muito falado, especialmente durante período de pandemia do país em 2020, são os altos valores cobrados pelas companhias de energia elétrica.

⁵⁹ FORGIONI, Paula A. *Os Fundamentos do Antitruste*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005, P. 87.

Com as considerações acima ficará mais fácil compreender os motivos que levam o Estado Liberal a se tornar um Estado que intervém nas relações econômicas. O conteúdo histórico já descrito nas abordagens anteriores, mostra que é partir do Estado novo (1934-1945), que o Estado passa a intervir diretamente na economia, tendo como ideal proteger a coletividade dos problemas e mudanças inúmeros na economia e nas relações de consumo que afastou a possibilidade de se manter o liberalismo econômico o que não ocorreu de forma imediata, pelo contrário, passou por várias etapas e meios de adaptação com maiores ou menores atuações do Estado, em diferentes papéis, até atingir um ponto de equilíbrio que ocorreu com Lei Antitruste n.º 8.884/1994, posteriormente, com uma reforma institucional foi reescrita na lei 12.529/2011, traduzindo esta passagem:

(...)

Esclarecendo o pensamento supra, percebe-se em um primeiro momento, o qual pode ser identificado nas décadas iniciais do século XX, que o Estado adota postura de regulador das atividades econômicas, a intervenção aparece como a saída imediata para sanar os problemas oriundos do Liberalismo econômico, a atuação do ente Estatal se dá, como mencionado, em função de se proteger a sociedade das novas realidades capitalistas.

Em um segundo momento, mais bem identificado na segunda metade do século em questão, o Estado passa a ter uma postura além de mero regulador da atividade econômica, sua presença se faz veemente como ator na economia, adota uma posição de verdadeiro agente de mercado passando a competir com a iniciativa privada, sendo, também, um titular da liberdade de iniciativa. Nesta fase o Estado assume, verdadeiramente, uma função empreendedora, acreditando ser possível gerar o desenvolvimento através da ação como agente econômico, muitas vezes utilizando-se do monopólio de setores estratégicos.

Por fim, em um terceiro momento, mais bem vivenciado a partir das décadas finais do século XX, já sob influências do processo de Globalização, bem como, do que se convencionou chamar de Neoliberalismo, o Estado adota postura de retração, ou seja, recua, principalmente, em sua função de agente empreendedor no mercado. (..) ⁶⁰

A Lei Antitruste, portanto, iniciada pelo menos 60 anos antes da promulgação da Lei 8.884/1994, passou por fases de adaptação que tornaram sua efetividade lenta: o intervencionismo “quase inexistente do Estado” passa para um intervencionismo “extremo” do Estado na economia, até mesmo agente direto e não agente apenas normatizador e fiscalizador como atualmente e tudo isso levou a seu total descrédito por anos, especialmente no auge da industrialização, produções em massas e necessidades que iam além de uma economia centralizada e simples. Nos anos 80 o Estado até mesmo tabelava os preços e valores com um órgão de denúncia especializada – SUNABRE 198 - e assim foi até os anos 90 que foi época de real mudança quanto aos direitos dos consumidores e formas de fiscalização da livre

⁶⁰ GUZZO, Fabiano César Rebuzzo. *O paradoxo da defesa do Consumidor como finalidade das Políticas de Concorrência no Brasil. Êgide da Lei 8.884/94*. Jan.2012, Athenas. Disponível em https://www.fdcl.com.br/revista/site/download/fdcl_athenas_4_fabiano.pdf Visualizado em 20/06/2020

concorrência⁶¹.

O quadro político e econômico mostrava o predomínio de um pequeno número de empresas, especialmente no caso de serviços públicos onde havia uma única empresa atuando e isto gerava o monopólio, extremamente prejudicial ao mercado de consumo⁶². Nesse caso, a quantidade produzida é menor do que aquela em concorrência perfeita e, conseqüentemente, o preço praticado no mercado é mais elevado. Tendo em vista o novo cenário da economia, os problemas apontados o Estado passou a estudar e aplicar a legislação 'antitruste'⁶³, no sentido de que a elevação da concentração em determinado mercado possa ameaçar o caráter competitivo de determinado mercado e como resultado reduzir o nível de bem-estar do consumidor.

Os órgãos de defesa da concorrência têm o dever de evitar que as grandes empresas usem seu poder econômico para fins anticoncorrenciais, garantindo, também, o direito de o consumidor aproveitar as oportunidades de mercado - evidenciando uma ligação eficaz entre o direito do consumidor e uma lei antitruste-. O trabalho em conjuntos destas normas, repita-se, é que possibilita a ampla proteção ao consumidor e ao mercado de consumo de forma igualitária, equilibrada. A Política de Defesa da Concorrência passou a ser regulamentada pela Lei Antitruste (Lei 8.884/1994) que permite ao Estado reprimir o abuso do poder econômico que vise dominar mercados, causando a eliminação da concorrência, ou então ao aumento arbitrário de lucros. O objetivo é de prevenir e/ou coibir contratos, combinações ou conspirações que limitam a extensão do mercado e, ainda, impedir o monopólio do mercado. Dentre as práticas restritivas a concorrência já mencionada, também aparecem como outra nomenclatura: conduta paralela (uma empresa segue as decisões de uma outra, estritamente) e o preço predatório (estabelecer preços que desestimulem a entrada de novos concorrentes para obtenção de lucro futuro).

As restrições ao mercado motivam o país a implementar e evoluir, movimentando modelos à procedência adequada por parte das empresas, de modo geral, a uma correta manutenção de suas atividades que possibilitam fatores essenciais a sociedade como a inovação, a eficiência e

⁶¹ Neste trabalho será tratado o direito a livre concorrência e direitos antitrustes como sinônimos, embora existam divergência doutrinárias quanto ao conceito de cada um o que será irrelevante no presente trabalho.

⁶² Contrariamente ao modelo de competição perfeita, o monopólio é formador de preço e poderiam facilmente aplicar taxas abusivas aos consumidores. FILHO, Calixto Salomão. *Regulação da Atividade Econômica (Princípios e Fundamentos Jurídicos)*. São Paulo: Malheiros Editores. 2001.

⁶³ A legislação antitruste foi criada no Brasil por Getúlio Vargas no período conhecido como Estado Novo (1937 - 1945) quando Vargas se candidata ao Senado Federal do Brasil. Esta lei foi criada para proibir o capital externo de comprar empresas de mesma ordem no Brasil. De modo geral, os países determinam as regulamentações referentes a esse tipo de situação, com o objetivo de prevenir e/ou coibir contratos, combinações ou conspirações que limitam a extensão do mercado. FILHO, Calixto Salomão. *Regulação da Atividade Econômica (Princípios e Fundamentos Jurídicos)*. São Paulo: Malheiros Editores. 2001

o crescimento econômico. A Lei antitruste carrega algumas críticas por “ausência de punições” aplicadas que a torna vaga e pouco produtiva, mas não desmerece seu importante papel no controle de abusos no intenso mercado de consumo capitalista.

Gilberto Bercovici, sobre a origem do direito concorrencial brasileiro, afirma que não se trata de “consequência do liberalismo econômico”, mas da “repressão ao abuso do poder econômico, buscando proteger a população em geral e o consumidor em particular”. que a “preocupação principal era com relação aos preços, mais do que com a concorrência em si”. O autor realça que o a “proteção da concorrência entre as empresas”, busca “a garantia de melhores preços, de desenvolvimento tecnológico e assegurar o abastecimento normalizado de vários produtos”⁶⁴

A lei 8.884/1994 foi revogada pela Lei 12529/2011 que a sucedeu como “Lei antitruste”, mas, em ambas, a finalidade está definida no artigo primeiro sendo bem interessante um comparativo de ambas as redações

Art. 1º Esta lei dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

Parágrafo único. A coletividade é a titular dos bens jurídicos protegidos por esta Lei. (Redação da Lei 8.884/1994)

Art. 1º Esta Lei estrutura o Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência - SBDC e dispõe sobre a prevenção e a repressão às infrações contra a ordem econômica, orientada pelos ditames constitucionais de liberdade de iniciativa, livre concorrência, função social da propriedade, defesa dos consumidores e repressão ao abuso do poder econômico.

Parágrafo único. A coletividade é a titular dos bens jurídicos protegidos por esta Lei. (Redação da Lei 12529/2011)

Segundo Calixto Salomão Filho, o direito concorrencial brasileiro, em sua origem, parte de “uma perspectiva eminentemente de proteção do consumidor, contra qualquer tipo de falseamento de seu processo de escolha”. Essa proteção implicaria não só que a concorrência fosse livre, “mas, também, leal”⁶⁵.

A dicotomia traçada na intervenção do Estado para amparar o direito social de defesa do consumidor em consenso com a defesa da livre concorrência se concretiza nas duas leis informadas: Lei 8.078/1990 e Leis 8.884/1994 - 12.529/11 com objetivo único de equilibrar a relação, justifica a importância ambas para desenvolvimento da economia. Os direitos

⁶⁴ BERCOVICI, Gilberto. *Constituição Econômica e Desenvolvimento: uma leitura a partir da Constituição de 1988*. São Paulo: Malheiros, 2005, P. 24

⁶⁵ SALOMÃO FILHO, Calixto. *Direito Concorrencial: as estruturas* (1998). 2. ed. São Paulo: Malheiros, 2002, P. 72-73.

fundamentais atuam com um limite o que é ou não permitido dentre de um maior intervencionismo do estado aos atos mais comuns da nação, neste caso, específico dentro da economia popular. Ambas as leis são instrumentos de políticas econômicas para impedir abusos à população, parte mais vulnerável e evitam, assim, engrandecimento de uma parte em detrimento de outra dentro da relação de consumo.

A intervenção do Estado na ordem econômica, fundada na livre iniciativa deve observar os princípios do direito do consumidor como seu limitador, já que este se trata de objeto de tutela constitucional especial. O Estado atual neste sentido busca da efetivação de um direito fundamental para diminuir a desigualdade sem, contudo, atingir uma forma de “liberdade” em um árduo e difícil papel e, diga-se, cumprindo uma obrigação constitucional sem a qual estaria se esquivando de uma cláusula pétrea.

1.4.A formação de uma educação de consumo e o advento da lei 12.291/2010.

Com produção e sociedade em massa, aumento populacional nas metrópoles a antiga idéia do direito civil de que o contrato prescrevia uma relação contratual livre entre duas pessoas, com iguais condições, foi afastada. Na sociedade em massa houve diminuição dos custos e aumento da oferta, atingindo larga camada de pessoas, deixando claro que, a produção era planejada unilateralmente pelo fabricante e este faria o que fosse necessário para que seus produtos fossem adquiridos em maior quantidade e pelo maior número de pessoas possíveis. O conceito de bem-estar social está intimamente ligado à liberdade e capacidade de consumo do ser humano, portanto, o maior desafio do Direito do Consumidor, presente em todo Estado Social, na busca pelo bem-estar é proteger a pessoa face aos desafios da sociedade em massa⁶⁶.

A proteção do consumidor, a ser conferida através da normatização do direito do consumidor, vem se configurando numa sociedade premente a todas as nações desenvolvidas ou em desenvolvimento, instando a adoção de medidas preventivas, coercitivas e punitivas, visando assegurar ao consumidor proteção à vida, à saúde, à segurança, à liberdade de escolha e à igualdade de condições nos contratos.⁶⁷

O Código de defesa do Consumidor, mais precisamente, ao unir o princípio da vulnerabilidade do consumidor com a proteção efetiva do consumidor através da ação estatal (art. 4º, Inc.I e II da Lei 8.078/90) não apenas catalogou uma postura do Estado mas prescreveu

⁶⁶ MARQUES, Claudia Lima. *Introdução ao direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. P. 36, apud RAGAZZI, José Luiz, HONENSKO, Raquel Scholommer, HONENSKO, Vitor Hugo Nicastro. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. Edição fechada. São Paulo: Editora Verbatim, 2009. P.22-23

⁶⁷ DONATO, Maria Antonieta Zanardo. *Proteção ao consumidor: conceito e extensão*. Col. Biblioteca de Direito do Consumidor – vol. 7. São Paulo: Revista dos Tribunais. P.18-19.

que uma intervenção estatal “relativamente rigorosa nas relações do consumidor, destinada à garantia dos direitos do consumidor, em função do que impôs uma série de restrições à Liberdade geral do empresário e do fornecedor de bens em geral⁶⁸”. Notório que é essencial regulamentar e, até mesmo, intensificar a intervenção estatal, para garantir as premissas da lei consumerista e a proteção do consumidor, repita-se, essencial para um Estado de bem-estar social.

No artigo 4, II, do Código de Defesa do Consumidor, o legislador insere como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo o direito à informação e educação. Ainda, o art. 6º da Lei 8.078/1990, especialmente em seu inciso II e III, estabelece que é direito do básico do consumidor a Educação, Divulgação e a liberdade de Escolha, no inciso III à Informação face a vulnerabilidade e desconhecimento do consumidor a respeito do produto ou serviços viabilizados no mercado de consumo, sem contar o possível desconhecimento de seus direitos. Indicados dispositivos se fundamentam na efetiva proteção ao bem-estar social e da ampla liberdade de escolha a opção de produtos e serviços fornecidos em larga escala, quantidade e valores nas sociedades e produções em massa.

A educação de consumo não se restringe às informações de produto, mas, também, a conhecer a Lei 8.078/1990, os direitos e deveres de cada cidadão e, especial, os efeitos de um consumo adequado já que as relações de consumo geram impactos diretos na economia de um país. O consumo desenfreado e sem justificativa afeta a economia família e, conseqüentemente, a economia de um país, o equilíbrio orçamental individual é o primeiro passo para um equilíbrio da coletividade e uma economia em alta. Na mesma linha de assunto, de educação, urge por brados o fato de a Natureza estar precisando de socorro e a educação de consumo também gera impacto direto à mesma. Há necessidade urgente de consumo consciente, sustentável, e da consciência de preservação; renovação.⁶⁹

Os hábitos do Consumo, há de ser praticado com consciência dos impactos de processos de compra, consumo, uso e descarte de produtos ou serviços. A humanidade consome 30% mais recursos do que a Terra consegue renovar, segundo estatísticas, e o quadro tem que se reverter pela educação consumerista, 20% dos seres humanos que vivem nos países ricos consomem 80% dos recursos naturais da Terra, e aumentam a quantidade de lixo no meio ambiente com a preferência pela utilização de embalagens mais ‘elaboradas’ e produtos descartáveis não recicláveis / biodegradáveis. “Economia de desperdício”, em que os bens são planejados para

⁶⁸ LEITE, Roberto Basilone. *Introdução ao direito do consumidor*. São Paulo: LTr, 2002, P.86

⁶⁹ MIRAGEM, Bruno *Curso de direito do consumidor* .2. Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010, pg. 97-98.

durar determinado tempo.⁷⁰

A educação de consumo, além outros conhecimentos que permitirão uma manifestação de vontade inequívoca nos negócios praticados ainda geram uma racionalidade voltada ao processo de consumo que, hoje, é visto como o meio de mais forte impacto na sociedade e no meio ambiente, o consumidor entenderá melhor o poder transformador contido em seu consumo, e buscará formas alternativas, atenuantes, como comprar apenas o que necessita, avaliando-se as empresas de quem vai comprar, e descartando-os de maneira sustentável, consciente, e não inconsequente, como, mormente tem ocorrido.

A educação, ainda, antes de qualquer outro fatos de relevância pode se destacar como fator de desenvolvimento humano, a racionalidade é o que diferencia o ser humano de outros seres e a educação é o que aperfeiçoa, faz com este ser humano cresça em sociedade e, neste sentido é evidente que “a educação de consumo é um pacificador de conflitos” ao contrário a deseducação é gerador de conflitos que, notoriamente, justifica a preocupação do legislador em ampliar o acesso à lei, ao conhecimento como uma forma de educação e pacificador de controvérsias. O Prof. José Geraldo Brito Filomeno bem e terminantemente define o assunto, em sábias palavras: “o CDC é o melhor do mundo, pois ele é eficiente e tem normas abrangentes. Ainda assim, a lei é usada de forma juvenil e adolescente porque se prende apenas nas reclamações dos consumidores frente a um magistrado o que pode ser fruto de falha cultural de “não se ler e conhecer as leis e os direitos que esta lhes confere” e, isso, é uma consequência de “falta de educação de consumo”⁷¹”.

Ademais, uma educação de consumo gera, àquele que é parte vulnerável da relação, consciência para não se envolver pelo mau uso da informação e dos meios de propaganda do produto. O fornecedor no gozo de suas livres escolhas em meios de vender seus produtos detém um domínio, em especial da língua, capaz de despertar naquele que é pego desprevenido o desejo de comprar ainda que nada precise, mas, quanto maior o domínio da lei e da razão pelo consumidor, menor sua sensibilidade à persuasão. Lembre-se -se que, a lei antitruste, em especial defende o direito do consumidor em ter os mais diversos tipos e qualidades de produtos a sua disposição no mercado e, a concorrência, desperta a criatividade do agente contrário da relação de consumo que, não mede esforço para ganhar a confiança e credibilidade do

⁷⁰Disponível em <http://www.recicloteca.org.br/consumo/consumo-e-meio-ambiente/#:~:text=O%20problema%20%C3%A9%20quando%20o,no%20equil%C3%ADbrio%20estabelecido%20do%20planeta.&text=Isso%20naturalmente%20proporciona%20um%20aumento%20no%20consumo%20dos%20recursos%20do%20planeta.> Visualizado em 24/09/2020.

⁷¹ FIOMENO, José Geraldo Brito, *Direitos do consumidor*- 10ª Ed.- São Paulo: Atlas, 2010, pg. 15.

consumidor e, isso, de forma arrazoada por ambos os lados é que permite consumos irresponsáveis e prejudiciais, em especial, ao consumidor.

O direito à liberdade de escolha, tônica de qualquer sistema de defesa do consumidor tem aqui um sentido material, vale dizer, não basta que se assegure o respeito à autonomia da vontade, mas que o consumidor seja munido de informações adequadas, de educação para o consumo e protegido de fórmulas publicitárias abusivas e enganosas, de tal modo que possa fazer eventual opção de compra consciente de todos os seus aspectos.⁷²

A falta de preparo para um prévio juízo de oportunidade e de conveniência de contratação, do seu efetivo custo-benefício e real utilidade do produto negociado, ou seja, ausência de uma educação e consciência de consumo, pautadas na vasta informação, divulgação é requisito essencial que proporciona a validade da expressão “liberdade de escolha”. Somente assim é possível dizer que a manifestação de vontade, naquele contrato, foi esclarecida e consciente. A real manifestação de vontade é essencial para a validade do negócio jurídico e, dentro de uma relação que contém uma parte vulnerável, o equilíbrio pressupõe uma consciência ampla dos direitos e deveres.⁷³

A educação de consumo⁷⁴ deve ser entendida de duas formas: a formal, que é aquela transmitida em escolas, desde o primeiro grau até o ensino universitário e a informal que se faz pelos meios de comunicação em massa, pelas entidades de defesa ou proteção do consumidor (PROCON, por exemplo) e pelas entidades não governamentais, como as associações de defesa do consumidor⁷⁵.

No primeiro caso, desenvolve-se através de políticas de inserção de temas relacionados ao direito do consumidor nos currículos escolares, desde o ensino fundamental, em escolas públicas e privadas, bem assim da cadeira de Direito do Consumidor, com autonomia científica e pedagógica, nos cursos universitários, constituindo, num caso ou noutro, importante ferramenta na construção da cidadania e na formação de indivíduos conscientes. [...] No segundo, através das mídias de comunicação social e/ou institucional, bem como assim dos veículos de comunicação em massa, direcionados a um público geral ou específico, como o objetivo de prestar informações, orientações e/ou esclarecimentos aos consumidores.⁷⁶

⁷² NUNES JUNIOR, Vidal Serrano. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008. P.43. apud RAGAZZI, José Luiz, HONESKO, Raquel Scholommer, HONESKO, Vitor Hugo Nicastro. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. Edição fechada. São Paulo: Editora Verbatim, 2009. P.88-89

⁷³ CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2019. P.81

⁷⁴ Neste trabalho educação de consumo e consciência de consumo serão expressão sinônimas apesar de haver divergências doutrinárias quanto a termo, ainda que mínimas divergências.

⁷⁵ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Curso Fundamental de direito do consumidor*. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2014. P. 38-40.

⁷⁶ CAVALIERI FILHO, Sérgio. *Programa de direito do consumidor*. 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2019. P.81

No afã de cumprir, também, estas determinações editou-se a Lei 12.291 de 20 de julho de 2010, que obriga o empresário ou o prestador de serviços a manter um exemplar do CDC à disposição do consumidor. A educação e informação é o que gera a consciência de consumo sendo essencial, portanto, por ser o principal mecanismo de formação ao cidadão para “realizar suas tarefas com maior rapidez e perfeição, a seguir uma dieta alimentar saudável, a evitar doenças e obedecer às regras de trânsito, a cumprimentar e a relacionar-se com pessoas, a utilizar um telefone e até mesmo atravessar a rua.”⁷⁷ A consciência de consumo está diretamente relacionada ao bem estar social, não apenas à economia pois, como já retratado, o consumo exagerado trouxe inúmeros problemas nos anos 80 a 90, foi um dos principais motivadores das medidas de proteção ao consumidor e mantém ligação direta com a liberdade de escolha e ao direito de igualdade nas contratações.

A educação e informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres é objeto do inciso IV do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. A educação formal, no caso, deve iniciar desde os primeiros passos da criança nas escolas, até porque, como sempre fazemos questão de assinalar, os direitos do consumidor são uma face dos próprios direitos da cidadania. Não que deve existir, necessariamente, uma disciplina específica para tanto. Basta a preocupação de professores ao embutirem nos conteúdos curriculares de disciplinas como a matemática, por exemplo, a matéria de cálculo de juros e percentuais; em ciências, a preocupação com a qualidade dos alimentos, prazos de validade, a responsabilidade⁷⁸.

O consumidor somente está apto a escolher, satisfatoriamente, o produto ou serviço que necessita se entender as informações que são repassadas, seja pelas inúmeras propagandas, seja pelo próprio fornecedor de produtos ou serviços: isso é a real liberdade de escolha. A educação e consciência de consumo também está intimamente ligada à igualdade nas contratações pois, somente assim, permite-se a existência de contratos minimamente sinalagmáticos, ou seja, bilaterais. Para tanto o “papel preponderante da lei sobre a vontade das partes, a impor uma maior boa-fé nas relações no mercado, conduz o ordenamento jurídico a controlar mais efetivamente este sinalagma e, por consequência, o equilíbrio contratual.”⁷⁹

É, portanto, a partir de uma conscientização do consumidor de seus direitos e deveres nas relações de consumo que se pode falar em efetividade da lei 8.078/1990 e verdadeira proteção do consumidor e, também, falar de um contrato em perfeito equilíbrio, pautado na

⁷⁷ LEITE, Roberto Basillone. *Introdução ao direito do consumidor*. São Paulo: LTr, 2002, P.106

⁷⁸ FILIOMENO, José Geraldo Brito, *Direitos do consumidor*- 10ª Ed.- São Paulo: Atlas, 2010, pg. 15-18.

⁷⁹ MARQUES, Claudia Lima. *Introdução ao direito do Consumidor*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007. P. 177 apud RAGAZZI, José Luiz, HONESKO, Raquel Scholommer, HONESKO, Vitor Hugo Nicastro. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. Edição fechada. São Paulo: Editora Verbatim, 2009. P.89.

liberdade de escolha e contratação. O direito à educação de consumo, inclusive, é previsto no art. 205 da Constituição Federal, ou seja, os entes públicos também são responsáveis diretos pela educação e informação, responsáveis por levar ao consumidor os melhores meios de se comportar no mercado de consumo: isso é justiça pautada no bem-estar social.

Partindo do conceito de justiça e bem-estar social ligados à igualdade de liberdade de escolha nas relações sociais, sabendo que estes só poderão ser atingidos com uma verdadeira consciência de consumo e, por fim, buscando dar efetividade aos direitos do consumidor, na falta de políticas públicas voltadas à educação de consumo e, também, pensando na necessidade de levar ao consumidor o conhecimento dos direitos que lhes são destinados na Lei. 8.078/1990, o legislador criou a lei 12.291/2010. A referida lei age como um mecanismo de divulgação e efetividade da Lei 8.078/1990.

A lei 8.078/1990, na visão do legislador é entendida como uma lei de “aspecto popular”, ou seja, caracterizada por ter uma “fácil leitura e compreensão” que, neste sentido, permitiu ao criador da Lei 12.291/2010 concluir que sendo obrigatório a disponibilização de um exemplar desta Lei – oferecida pela parte hipersuficiente estaria amparando os direitos da parte hipossuficiente quem, de posse da lei, facilmente pode identificar o dispositivo legal que lhe dá o direito e, sendo um direito indisponível, não se teria espaço para negativa ou discordância da parte contrária.

A interpretação e o conhecimento dos direitos descritos no código de defesa do consumidor é uma preocupação implícita na lei 12.291/2010, afinal, a leitura pode não ser considerada um resultado de sua disponibilidade, mas talvez não seja a ideal educação de consumo. A consciência de consumo, parte de uma boa educação, é bem mais longa e complexa do que uma simples posse de exemplar de lei, lembrando também a quantidade de princípios e diretrizes que traz a indicada lei.

Com base nas primeiras preocupações lançadas, na amplitude da lei, da complexidade de uma relação de consumo igualitária é que o presente estudo se propôs a verificar se o mecanismo de educação e consciência de consumo proposto pela Lei 12.291/2010 conseguiu ou não atingir seu objetivo. Existe a premissa de que, uma lei ineficaz, especialmente se analisada pela ótica da Teoria Pura do Direito de Hans Kelsen, perde sua validade jurídica. Neste contexto é que se pergunta: a lei 12.291/2010 é eficaz?

2.VALIDADE E EFICÁCIA DA LEI 12.291/2010: UMA VISÃO HERMENEUTICA A PARTIR DA TEORIA PURA DO DIREITO.

De acordo com a hermenêutica jurídica, em especial, pela visão dos juristas positivista a validade e eficácia, pelo menos eficácia social, de uma norma são de grande relevância e, desenvolver este tema é um dos principais objetivos deste capítulo e para tanto essencial entender que as normas são classificadas em duas espécies: regras e princípios⁸⁰. As regras são proposições normativas que contêm relatos objetivos, descritivos de determinadas condutas, aplicáveis a hipóteses bem definidas, perfeitamente caracterizadas, sob a forma de tudo ou nada⁸¹. A regra deve incidir de modo direto e automático já que a regra veicula um mandado de definição. Os princípios são “mandados de otimização”⁸², no sentido de se caracterizarem pela admissão de cumprimento em diversos graus, sempre por meio da ponderação entre os interesses que estão em jogo, ou seja, são passíveis de análise com diferentes graus de importância a depender do caso concreto.

A complexidade das definições de regras e princípios levam à dedução de que o “direito do consumidor” não é algo tão simples quanto “a interpretação”, o entendimento pode não ser perceptível de uma simples leitura da letra de lei. A Lei 8.078/1990 é composta por inúmeros princípios constitucionais impositivos que apresenta duas funções: a primeira como instrumento para assegurar a todos existências digna e a segunda, agindo como instrumento para assegurar a conquista, o objetivo particular a ser alcançado, justificando a reivindicação pela realização de políticas públicas⁸³.

A lei 12.291/2010, assim como definido pelo jurista Hans Kelsen “nasce em complemento e se amparando em uma norma anterior e superior” que é o art. 5º da constituição Federal bem como e, ainda, na segunda função da lei 8.078/1990: assegurar as conquistas, os direitos definidos na norma e, inclusive, levando maior conhecimento ou uma educação de consumo aos cidadãos. Vista como um sistema de amparo às relações de consumo, sistema

⁸⁰ Explica-se que, no presente trabalho, não tem-se objetivo de aprofundar nas diferenças hermenêutica de “regra e princípio”, parte-se de um brocado popular que diz “ a regra é conhecida como chave mestra e o princípio um pé de cabra, a chave abre algumas portas mas não todas e o pé de cabra todas as portas porém não sem estragos”. Sendo assim, é precioso explicar a diferença, ainda que de forma resumida e bastante objetiva, entre “princípio e regras” e, a partir daí, ingressar no tema principal do trabalho e do capítulo: porque uma norma precisa ter validade e , porque, esta validade esta ligada a eficácia no meio social desta norma. Estamos estudando uma norma que tem propósito bastante fático para existir “conseguir validar normas do código de defesa do consumidor, bem como levar a educação de consumo ao público alvo”. Neste sentido estudar as diferenças entre norma e princípio e as principais discussões sobre este ponto é essencial para iniciar o tema objeto do presente.

⁸¹ DWORKIN, Ronald. *A raposa e o porco-espinho: justiça e valor*. Tradução de Marcelo Brandão. P.40.

⁸² Ibidem

⁸³ CANOTILHO, J. J. Gomes. *Direito Constitucional*. Curitiba :Renovar.. 1998, p. 365-369.

este que surge em consonância com a axiologia e principiologia constitucional, o objetivo é atingir a igualdade substancial ou material nas relações jurídicas de consumo, especialmente, a partir da leitura “habitual e necessária” do código de defesa do consumidor.

Partindo-se do ponto de que, juristas, em geral os positivistas, defendem a relevância de manter no ordenamento jurídico normas não apenas válidas e vigentes, mas também eficazes, surge à necessidade de se indagar qual a visão desses autores sobre os atributos da norma 12.291/2010, enquanto elemento unitário do ordenamento jurídico dado que a conexão ou não daqueles elementos, de sua eficácia poderia gerar dinâmicas diferenciadas no seu funcionamento.

A validade e vigência possuem conceitos diferenciados para diversos autores. A exemplo, o jurista Miguel Reale que afirma ser a validade da norma jurídica considerada sobre três aspectos: “o da validade formal ou técnico-jurídica (vigência), o da validade social (eficácia ou efetividade) e o da validade ética (fundamento)”⁸⁴. Para este trabalho passa-se a visualizar a a vigência e, em especial, a eficácia como tipos de validade, como se esta fosse o gênero e aquelas e o fundamento fossem as espécies e estuda-se a eficácia a partir da visão de Hans Kelsen especialmente aplicada a sua Teoria Pura do Direito.

Ressalta-se que Hans kelsen parte do raciocínio de que o que fundamenta a validade de uma norma é uma outra norma imediatamente superior, assim por diante até se alcançar a constituição Federal (como já rapidamente explicado no parágrafo acima), criando, assim, uma unidade. Como a Constituição é a última das normas hierarquicamente consideradas indagar-se-ia sobre o seu fundamento de validade. A única forma de resolver este problema é considerarmos que existe uma norma pressuposta, a norma fundamental, sem conteúdo, que apenas impõe o dever de obedecer à constituição.

Diariamente novas leis são editadas e inseridas no ordenamento jurídico brasileiro, das quais, não raramente, sai alguma desprovida de pragmatismo e neste trabalho acadêmico a proposta é estudar se seria o caso da Lei nº. 12.291 de 20 de julho de 2010 abordando neste capítulo, portanto, sua origem e proposta, além da visão de eficácia na hermenêutica e, no capítulo posterior, por uma pesquisa empírica, abordar os efeitos pragmáticos da Lei 12.291/2010 (ou a sua ausência), que tem por finalidade obrigar os fornecedores de produtos ou serviços a terem em seus estabelecimentos um exemplar do Código de Defesa do Consumidor, a fim de possibilitar que o consumidor tenha acesso à legislação e, desta forma, possa conhecer mais seus direitos. para chegar à conclusão de que a “ a lei 12.291/2010” é

⁸⁴ REALE, Miguel. *Lições preliminares de direito*. 24.ed. São Paulo: Saraiva, 1999. P. 105-106.

eficaz ou não. Serão respeitadas pelo menos duas etapas: uma teórica onde se fará uma reflexão hermenêutica e, até mesmo filosófica sobre o significado teórico de validade e sobre o formato do ordenamento jurídico, e significado técnico da validade e suas repercussões, em especial a eficácia a segunda é uma pesquisa de campo para verificar, na prática, o quanto a lei é aplicada e auxilia nas relações de consumo.

Em um resumo bastante direto são conceitos relevantes: validade significando que a norma é jurídica, pertence ao ordenamento; a vigência como qualidade da norma que indica a possibilidade de ela, em tese, produzir efeitos e eficácia é a qualidade da norma que indica a possibilidade concreta de seus efeitos ocorrerem; A atividade cotidiana de um jurista consiste na produção de petições, de sentenças e de contratos. Para concretizá-la, precisa deparar-se com o problema da validade em seu início e em seu final. O ponto de partida do jurista é uma norma juridicamente válida: a Constituição Federal e a legislação. O ponto final, em si, também é uma norma juridicamente eficaz: as produções enumeradas devem pertencer ao direito em uma atividade que gere consequências válidas, que a norma faça o que se propõe, do contrário terá sido inútil.

Eficaz é a norma quando obedecida pelos indivíduos e/ou quando é aplicada nos tribunais, logo pertencente ao mundo do ser⁸⁵. Assim, o que se pretende é indagar sobre o tratamento dado à vigência, à validade e, especialmente, a eficácia da Lei 12.291/2010, a partir dos estudos já elaborados pelo autor Hans Kelsen. No desenvolvimento deste capítulo será elaborado conceitos sobre validade e eficácia da norma, estudo sobre a lei 12.291/2010 sua origem e proposta de aplicação e auxílio e seu papel no ordenamento jurídico como um todo. Abordar-se-á, também, as consequências retiradas das definições apresentadas por Hans Kelsen no conceito de “norma válida e eficácia” e as definições da teoria pura do direito.

No capítulo anterior foi feita uma análise da origem do CDC no ordenamento jurídico brasileiro, abordando os conceitos de consumidor, fornecedor, produtos e serviços e abordadas, também, a educação e a informação, ambas consagradas como princípios que regem a Política Nacional das Relações de Consumo, artigo 4º, inciso IV, do CDC. No presente capítulo além de abordar a lei 12.291/2010 em sua origem, será analisada Teoria Pura do Direito e comparada à indicada lei para que se possa entender se, de acordo com a hermenêutica, ela se encaixa no ordenamento vigente, se é válida em no país num dado momento e qual o dinamismo desse ordenamento, sua forma e sua capacidade de mudança.

⁸⁵ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P 49-60.

2.1. Lei 12.291/2010: objetivos e peculiaridades

A lei 8.078/1990, popularmente conhecida como “Código de Defesa do Consumidor” tem previsão constitucional, no artigo 48 dos Atos das Disposições Constitucionais Transitórias, antes, porém, é o Direito do Consumidor é consagrado como direito fundamental (art. 5º, inciso XXXII, CF/88) e elevado como princípio da ordem econômica (art. 170, CF/88)⁸⁶. O Código de Defesa do Consumidor constitui, na verdade, uma estratégia legislativa para identificar a partir desta um dos sujeitos, e determinar-lhe a proteção. Não há, portanto, uma determinação constitucional de proteção do consumo, mas do consumidor como bem explica Cláudia Lima Marques, um novo sujeito pós-moderno de direitos⁸⁷ e será este o sujeito a ser “protegido” pela lei 12.291/2010.

Como já discutido nas passagens anteriores, o modelo liberal de contrato e relação de consumo que, na prática, é fundado no individualismo e autonomia ilimitada, gera uma imensa insegurança, ainda mais por se justificar em normas. A complexidade dos fenômenos sociais, as produções em massa com interesse final e maior de lucro, a padronização de contratos “de adesão” contrários aos interesses do consumidor e a constitucionalização do direito privado, a observância da livre concorrência amparado pela lei Antitruste estão intimamente ligadas a necessidade de uma “educação e conscientização de consumo”. Todos os detalhes acima são fatores de inevitável observação no núcleo negocial organizado refeito com o movimento de abertura do sistema, adoção das cláusulas gerais e que, pontualmente, podem afastar o bom senso e a justiça que um intérprete deve priorizar, afinal, a história demonstra que os interesses

⁸⁶ Descrição retirada do art. 1º da Lei 8.078/1990, sendo certo que a definição de consumidor está no art. 2º da referida lei sendo esta a definição que é consumidor direto (destinatário final do produto ou serviço adquirido) e no parágrafo único, art. 17 e 29 do mesmo diploma legal estão as definições do que seriam consumidores por equiparação, todos estes os sujeitos, principais amparados na visão do legislador quando da criação da Lei 12.291/2010. A definição de fornecedor de serviços está no art. 3º que também de objeto da relação de consumo que é produto ou serviço. Precioso informar que existe algumas correntes, na verdade três delas buscando uma definição perfeita do que seria consumidor (interpretação finalista, interpretação maximalista e interpretação finalista aprofundada) mas, para fins do presente trabalho, tomaremos como correta a definição de consumidor que melhor explica o art. 2º da Lei 8.078/1990 e é considerada um equilíbrio entre as outras duas que é a interpretação finalista aprofundada, nascida de reiteradas decisões do Superior Tribunal de Justiça – STJ – entende-se que o consumidor é aquele que adquire o produto e o utiliza. MARQUE, Cláudia Lima. *Direitos básicos do consumidor*.

7ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2018, P. 65-69.

⁸⁷ A noção de sujeito de direito pós-moderno, ou sujeito perfeito, significa que este recebe direitos eficientes e não apenas programáticos, no que estaria adaptado à perspectiva pós-moderna de pluralismo de sujeitos e de leis. A reconhecida análise baseia-se na teoria do professor da Universidade de Heidelberg, Erik Jayme, que ao examinar os reflexos da cultura pós-moderna no direito, identifica o fenômeno de perda do referencial da verdade do discurso jurídico, mas ao mesmo tempo o reconhecimento de direitos individuais à diferença. Assim, de sujeitos diferentes reclamando tratamento legal que respeite esta diferença. MIRAGEM, Bruno apud MARQUES, Cláudia Lima. *Direitos básicos do consumidor*. 7ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2018, P. 67.

particulares, embora não devam ser relevantes para criar uma lei são fatores que prevalecem em um negócio privado.

A igualdade nas relações de consumo só pode ocorrer através da aplicação de meios eficazes de garantias dos Direitos Fundamentais, o que requer uma cautela, a princípio, muito maior do intérprete, muito maior do que previa o legislador, em especial, ao criar e justificar a Lei 12.291/2010, afinal, é precioso lembrar que a referida norma tem intenção de proteger o consumidor direto ou equiparado.⁸⁸ A efetivação de um direito social, sem dúvida, afeta a economia do país e requer custos, sendo assim, medidas e mecanismos podem e devem ser criados mas é precioso entender a imensa diferença entre “conhecer” os direitos, ou a lei “seca”, e uma real formação de consciência, a real formação de uma educação do consumidor.

De acordo com o art. 61 da Constituição Federal, um projeto de lei pode ser proposto por qualquer parlamentar (deputado ou senador), de forma individual ou coletiva, por qualquer comissão da Câmara dos Deputados, do Senado Federal ou do Congresso Nacional, pelo Presidente da República, pelo Supremo Tribunal Federal, pelos Tribunais Superiores e pelo Procurador-Geral da República. A Constituição ainda prevê a iniciativa popular de leis, permitindo aos cidadãos apresentar à Câmara dos Deputados projeto de lei, desde que cumpram as exigências estabelecidas no §2º do art. 61. Outra forma de participação popular que a sociedade dispõe para propor projetos de lei é a apresentação de sugestões legislativas (SUGs) à Comissão de Legislação Participativa (CLP)⁸⁹.

O artigo 59 da Constituição Federal estabelece os tipos de proposições para a criação de novas leis ou de emendas constitucionais. A criação de uma lei divide-se em quatro fases: iniciativa, discussão, votação e sanção ou veto. Os projetos de lei apreciados na Câmara/Senado visam criar norma de caráter geral e relativo ao interesse local, no âmbito do município, Estado, União. A iniciativa de propor o projeto da Lei 12.291/2010 coube a um deputado⁹⁰, Luiz Bittencourt, e após ser protocolado, o projeto foi lido em plenário e depois distribuídos às comissões. As Comissões opinam sobre a legalidade, constitucionalidade e o conteúdo do projeto para avaliar se a proposta é positiva e se merece ser aprovada.

A discussão ocorre nas Comissões e no plenário. Durante as discussões podem ser

⁸⁸ NUNES, Rizatto. *Curso de Direito do Consumidor*. 12ª Ed. São Paulo: Saraiva. 2018. P.46-50.

⁸⁹ https://www2.camara.leg.br/transparencia/aceso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo visualizado em 18/10/2020

⁹⁰ As comissões da Câmara e do Senado são instrumentos previstos na Constituição para elaboração de leis e normas jurídicas. Essas comissões podem ser permanentes, temporárias ou de inquéritos, como no caso da CPI (Comissões Parlamentares de Inquérito). Cada comissão trata de um tema e possui suas próprias atribuições, de acordo com a Constituição e com o Regimento Interno da Câmara ou do Senado. https://www2.camara.leg.br/transparencia/aceso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo##5 visualizado em 20/10/2020.

apresentadas emendas ao projeto ou substitutivos. Os projetos de lei são sempre levados a plenário e submetidos a discussão e votação. No presente caso não houve apresentação de emenda. Após ser aprovada a redação final no senado/câmara, o projeto vai ao poder executivo, que pode aprovar ou rejeitar. Se resolver vetar o projeto, o executivo deve justificar a decisão com base em inconstitucionalidade, ilegalidade ou contrariedade ao interesse público. O projeto de lei vetado pelo poder executivo, total ou parcialmente, retorna ao senado ou Câmara. Os membros do poder legislativo, então, podem mandar o projeto para o arquivo, concordando com a decisão do poder executivo, ou derrubar o veto por maioria absoluta. Neste caso, cabe ao Presidente do poder legislativo (Câmara) promulgar a lei com sua devida publicação, se o poder executivo não o fizer no prazo de 48 horas⁹¹.

Observado que o dever de levar uma educação de consumo é do estado e, ainda, sendo o consumidor o ator principal nas relações de consumo - é ele o destinatário final de todo produto ou serviço que vai para o mercado de consumo - entendeu o legislador⁹² que esse sujeito (consumidor) tem o direito de saber quais são os seus direitos e garantias asseguradas no código de Defesa do Consumidor, com isso editou-se a lei 12.291, sancionada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicada na edição de 20 de julho de 2010 do Diário Oficial da União.

A lei obriga todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços a manter um exemplar do Código de Defesa do Consumidor em local visível e de fácil acesso ao público. Caso o consumidor procure o Código de Defesa do Consumidor e não o encontre no estabelecimento estará sujeito à aplicação de multa cujo valor já está definido neste diploma. A lei 12.291/2010 é um mecanismo, de baixo custo, idealizado pelo legislador que viu na disponibilidade do exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais, em fácil acesso aos clientes (consumidores) uma forma de expandir o conhecimento sobre os direitos delgados à parte hipossuficiente na Lei 8.078/1990 também através da parte híperversuficiente. Embora ampla, a Lei 8.078/1990 é de fácil compreensão e, portanto, apontada alguma falha ou divergência na relação de consumo o acesso a lei serviria como perfeito mediador e possível solução.

A lei 12.291/2010 tem um projeto originário de 2001 embora publicada apenas 9 anos depois. Busca, como se observa pelos votos legislativos, que com o acesso a exemplar da lei,

⁹¹Disponível em <https://www.politize.com.br/como-se-cria-uma-lei/> visualizado em 20/10/2020

⁹² Interpretação retirada da justificativa de proposição da Lei 12.291/2010, que é um texto que acompanha os projetos de lei e, em geral, as demais proposições com origem no Poder Legislativo, que visa a explicar a proposta e/ou expor as razões de se editar a norma

venha a se difundir a idéia de “fácil compreensão e interpretação da Lei 8.078/1990”. Compreendida a lei 8.078/1990 através do acesso a mesma, entendeu o legislador que isso traria aos interessados uma educação de consumo eficaz e, portanto, esta metodologia estaria apta, capaz de nivelar a, originalmente, desigual relação entre fornecedor e consumidor e dar aos mesmos, também, qualidade de intérprete da lei.

Com apenas 3 artigos e, repita-se, buscando ampliar os meios de proteção ao direitos do consumidor e, até mesmo, viabilizar conhecimento da mesma, nasce em 20 de julho de 2010, a lei 12.291⁹³ que fixa a obrigação dos estabelecimentos comerciais ou de prestadoras de serviços a disponibilização ao público em geral de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Esta lei foi originalmente proposta como Projeto de Lei 4686/2001, pelo Deputado Luiz Bittencourt deputado de Goiânia-Go, proposto em 16 de maio de 2001. Posto Em mesa para votação 09 de agosto de 2010 sendo recebido ofício n. °290/10 que comunica veto parcial e solicita indicação de membros para integrar a Comissão Mista incumbida de relatar o(s) veto(s). Em 16 de Maio de 2001 é feita a apresentação e leitura do Projeto de Lei pelo Deputado Luiz Bittencourt, dois dias depois nota-se existência do despacho à CDCMAM e CCJR (Artigo 54 do RI) - Artigo 24, II. Em 18 de Maio de 2001 Publicação Inicial. DCD 19/05/2001 PÁG 22569 COL 01⁹⁴ Em 05 de Junho de 2001 o texto de lei foi recebido pela CDCMAM; foi designado Relator do projeto o Deputado Celso Russomano em 09 de novembro de 2001 e em 14 de novembro de 2001 feita a abertura de Prazo para Emendas ao Projeto e no dia 23 de novembro o prazo se encerrou sem apresentação de nenhuma emenda.

Em 03 de Abril de 2002 dado Parecer do Relator do projeto, o deputado Celso Russomano, pela aprovação do projeto cujo voto se transcreve na íntegra⁹⁵:

A Política Nacional de Relações de Consumo, enunciada no art. 4º da Lei nº 8.078/90, tem como um de seus princípios básicos a “educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”.

Certamente, muitas queixas aos Procons poderiam ser evitadas se fornecedores e consumidores conhecessem melhor seus direitos e deveres. A disponibilização, para consulta, de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor dentro do estabelecimento comercial ou de prestação de serviços significará maior facilidade para dirimir dúvidas sobre relações de consumo,

⁹³Disponível em Lei nº 12.291, de 20 de julho de 2010. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12291.htm visualizado em 05/05/2020

⁹⁴ Inteiro teor disponibilizado em <http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD19MAI2001.pdf#page=97> , visualizado em 10/05/2020.

⁹⁵ Disponível em https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=24480&filename=Tramitacao-PL+4686/2001 visualizado em 10/05/2020 .

aumentando a possibilidade de um acordo entre as partes, sem a intervenção do Procon.

Portanto, em nosso entendimento, a proposta sob apreciação promove o aprimoramento das relações de mercado e encontra-se em perfeita sintonia com a Política Nacional de Relações de Consumo.

Votamos, pois, pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.686, de 2001.

Sala da Comissão, em de 2002.

Deputado CELSO RUSSOMANNO Relator”

Em 24 de Abril de 2002, as 9:00h em reunião deliberativa Ordinária foi Aprovado por Unanimidade o Parecer do relator sobre o projeto e repassado em 02 de maio para CCJR, em 03 de maio já tinha o Parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, Meio Ambiente e Minorias publicado no DCD de 04/05/02 PÁG 22111 COL 02, Letra A, parcial, com a aprovação⁹⁶. Na data de 15 de maio de 2020 caminha-se para segunda votação designado como Relator o deputado Geraldo Magela, com abertura de prazos para emendas ao projeto, sendo prazo encerrado em 22 de maio de 2002 sem apresentação de quaisquer emendas sendo arquivado nos termos do art. 105 do regulamento em 31 de janeiro de 2003 e nos mesmos termos desarquivado em 14 de maio de 2003, em 20 de maio encaminhado para CCJR e reaberta votação designada Relatora, a Deputada Sandra Rosado. Em 17 de Junho de 2003 reaberto prazo para emendas ao projeto a partir de 18 de junho de 2003, encerrado prazo sem emendas em 26 de junho de 2003.

Em 13 de outubro de 2003, apresentado parecer da deputada Sandra Rosado que se transcreve:

Incumbe, privativa e terminativamente, a esta C.C.J.R. exercer o juízo da proposição acima elencada, conforme o determinado pelo artigo 54, I, do Regimento Interno, competindo a este órgão manifestar-se quanto à constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa e redacional do projeto de lei em epígrafe.

Assim fazendo, deve-se consignar que estão satisfeitos os mandamentos dos artigos 22, I e 61 da Lei Maior, não ocorrendo, pois, vício constitucional. Lado outro, a proposta não contraria Princípio Geral de Direito, de onde decorre a juridicidade de seus dispositivos.

Outrossim, no que tange à técnica legislativa e redacional, o PL in comento está conformado com o prescrito pela Lei Complementar n.º 95, de 26 de fevereiro de 1998, que disciplina o processo de elaboração das leis.

Face ao exposto, voto pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica redacional e legislativa do Projeto de Lei n.º 4.686, de 2001.

Sala da Comissão, em de 2003.

Deputada Sandra Rosado Relatora”

Em 31 de Janeiro de 2007, a mesa arquivou o projeto nos termos do Artigo 105 do Regimento Interno. DCD 01 02 07 PG 119 COL 01 SUPLEMENTO AO N° 21 e em 14 de fevereiro do mesmo ano o deputado Luiz Bittencourt apresentou o REQUERIMENTO N.º 268

⁹⁶ Disponível em <http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD04MAI2002.pdf#page=249> visualizado em 10/05/2020.

que solicita o desarquivamento de proposição⁹⁷ Em 12 e abril de 2007 a mesa diretora desarquiva o projeto de lei nos termos do Artigo 105 do RICD, em conformidade com o despacho exarado no REQ-268/2007. DCD 13 04 07 PAG 16143 COL 01⁹⁸. Foi colocado novamente em pauta para possíveis emendas e considerações em 30 de abril de 2007 se encerrado prazo sem emendas em 15 de maio de 2007. Em 04 de Dezembro de 2008 foi, as 09:00h, votado em Reunião deliberativa ordinária e no mesmo dia feito o encaminhamento de Parecer à CCP para publicação - Ofício nº 667/2008-CCJC, em 17 de dezembro de 2008 foi encaminhado à publicação. O parecer da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania publicado no DCD de 18/12/08, PÁG 60850 COL 02, Letra B com a seguinte redação⁹⁹:

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, em reunião ordinária realizada hoje, opinou unanimemente pela constitucionalidade, juridicidade e técnica legislativa do Projeto de Lei nº 4.686-A/2001, nos termos do Parecer da Relatora, Deputada Sandra Rosado

Em 03 de Fevereiro de 2009 o projeto é deixado na mesa diretora para prazo de apresentação de recurso, nos termos do § 1º do art. 58 combinado com o § 2º do art. 132 do RICD (5 sessões ordinárias a partir de 04/02/2009); prazo encerrado em 16 de fevereiro de 2009 sem nenhum recurso. Em 17 de Fevereiro de 2009 é apresentado Ofício SGM-P 129/2009 à CCJC encaminhando o projeto para elaboração da Redação Final, nos termos do Artigo 58, §4 e Artigo 24, II, do RICD, que é recebido pela CCJC em 18 de Fevereiro de 2009, em 25 de Junho de 2009 é designado Relator da Redação Final, o Deputado Osmar Serraglio (PMDB-PR) e apresentado redação final pelo mesmo (RDF 1 CCJ), em 30 de Junho as 14:30 h aconteceu em reunião deliberativa ordinária a aprovação da redação final do projeto de lei que se transcreve na íntegra¹⁰⁰:

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA
REDAÇÃO FINAL

PROJETO DE LEI Nº 4.686-C DE 2001

Torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços e dá outras providências.

⁹⁷ Disponível em

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=435196&filename=Tramitacao-PL+4686/2001 visualizado em 10/05/2020.

⁹⁸ Disponível em

<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD13ABR2007.pdf#page=30> visualizado em 10/05/2020

⁹⁹ Disponível em <http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD18DEZ2008.pdf#page=760> visualizado em 10/05/2020

¹⁰⁰ Disponível em

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=667588&filename=Tramitacao-PL+4686/2001 Visualizado em 10/05/2020

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Ficam os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição: I – multa no montante de até 1000 (mil) vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência – UFIR; II – suspensão temporária de atividade; e III – cassação da licença do estabelecimento.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em

Deputado TADEU FILIPPELLI

Presidente

Deputado OSMAR SERRAGLIO

Relator

Aprovada redação final, em 09 de julho de 2009 foi feita remessa ao Senado Federal por meio do Ofício nº 762/09/PS-GSE e quase um ano depois em 06 de julho de 2010 foi recebimento do Ofício nº 1.353/10 (SF) comunicando a aprovação da matéria e o envio à sanção. Em 20 de Julho de 2010 o projeto foi transformado na Lei Ordinária 12.291/2010, com a Publicação: DOU 21/07/10 PÁG 05 COL 02. Vetado parcialmente. Razões do veto: MSC 420/10-PE. DOU 21/07/10 PÁG 46 COL 02. Por fim em 09 de agosto de 2010 foi recebimento do Ofício nº 290/10 (CN) comunicando veto parcial e solicitando indicação de membros para integrar a Comissão Mista incumbida de relatar o(s) veto(s).

Foram longos 9 anos e alguns meses no tramite legislativo para que o projeto de lei se tornasse lei¹⁰¹. A lei 12.291 foi sancionada pelo então presidente, Luiz Inácio Lula da Silva, no dia 20 de julho de 2010, e no caput do artigo primeiro prescreve que “São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor”. Merece destaque este artigo 1º da lei 12.291/2010, delimitou claramente a quem endereça sua ordem que pode ser analisada como: 1) “Ao consumidor”, que é aquele, conforme art. 1º da Lei 8.078/199, a pessoa física ou jurídica que, isolada ou coletivamente, contrate para consumo final, em benefício próprio ou de outrem, a aquisição ou a locação de bens, bem como a prestação de um serviço; 2) “Aos estabelecimentos comerciais”, definido em lei como sendo o complexo de bens reunidos pelo empresário para o desenvolvimento de sua atividade econômica; 3) “Aos estabelecimentos onde se presta de serviço”: aqui é necessário maior atenção pois, já entendido o que vem a ser estabelecimento, é certo que o legislador quis dizer do local onde os produtos disponíveis pelo prestador de serviços são destinados à satisfação de uma necessidade

¹⁰¹ Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=28542> visualizado em 11/05/2020.

privada do consumidor ou, nos casos em que o consumidor, incapaz de controlar produção de bens de consumo ou prestação de serviços que lhe são destinados, submete-se aos seus termos e condições

A lei 12.291/2010 descreve que todos os estabelecimentos do ramo do comércio ou que sirvam à prestação de serviços estariam obrigados a disponibilizar ao público – consumidor -, em local visível e de fácil acesso, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor. Esta obrigatoriedade de disposição de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços tem claramente o condão de difundir direitos e deveres aos envolvidos na relação consumerista. Não resta dúvida de que, a defesa do consumidor, caminhou com conquistas diárias, todavia, o projeto de lei procurava traçar uma conquista ainda maior que seria a nova consciência por parte de fornecedores de produtos e serviços e consumidores, estabelecendo uma relação de consumo mais segura e equilibrada, impondo-se além das prerrogativas de cada uma das partes as suas obrigações e responsabilidade e o conhecimento por parte dos consumidores de seus direitos e das obrigações de um fornecedor de produtos.

O importante é que, agora, todos – fabricantes, vendedores de bens e serviços, consumidores e organismos públicos e privados – sintam-se personagens vivos de uma história igualmente viva, atuando de forma a estabelecer uma relação e, ademais, obrigados a expor nos artigos da lei o porquê não teria determinada responsabilidade e, no lado oposto, o consumidor estaria sendo esclarecido de seus direitos e deveres e, por fim, a pacificação e conclusão seriam únicas e imediatas. O Deputado Federal Luiz Bittencourt, autor da Lei, partiu da premissa de que "quando a pessoa tem acesso aos seus direitos, torna-se um cidadão pleno"¹⁰². Pela leitura do parecer dos deputados, bem como da própria escrita da lei não se pode afastar a boa-fé implícita em cada ato, bem como o fato de se entender que a Lei 8.078/1990 seria uma lei simples, de fácil leitura e compreensão e possível uma única interpretação que afastaria necessidade de uma lide com intervenção do Poder judiciário.

Não há como não apontar algumas falhas ou lacunas existentes na lei 12.291/2010. A lei, ao tornar obrigatório a disponibilidade de código de defesa do consumidor em local de fácil visualização em estabelecimento comercial, não identifica esta forma de disponibilização: se física, um exemplar impresso, ou virtual, disponibilizado em mídia. Fica claro que, partindo-se do princípio de que “o que não é proibido é permitido”, resta à opção, para proprietários dos estabelecimentos do ramo do comércio ou que sirvam à prestação de serviços tenha à disposição

¹⁰²Disponível em <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=28542> visualizado em 15/05/2020.

do público uma versão eletrônica em algum microcomputador, notebook ou até em um netbook. O Poder público também fornecedor ou prestador de serviços e ele está vinculado à Lei? Não havendo exceções na lei, entende-se que sim e, portanto, pode ser multado se não observada a obrigatoriedade imposta.

Ainda, a lei estabelece multa aplicável pela não observância dela, mas, deixa de indicar qual seria autoridade que teria, no âmbito de suas atribuições, capacidade para aplicação da multa nos casos de descumprimento da norma. Esta ausência de especificação de autoridade para mensuração e aplicação de multa pode gerar inúmeros problemas, especialmente no que diz respeito a quem se depositará o valor arbitrado, ou como será abordada, conforme suscitado acima, a questão da literalidade da lei em contraposição à prática mas, até ordem contrária, tem-se entendido por válida qualquer autoridade como órgãos de proteção ao consumidor, ministério público do consumidor, delegado ou, até mesmo, próprio consumidor diante de flagrante desde que comunicado autoridade competente para ratificar o ato flagrante.

Outra lacuna é quanto a interpretação “única” que se espera da Lei 8.078/2020 pois que é obrigatório nos termos do artigo 6º, III da Lei, a educação e clareza do empresário ou prestador de serviços, mas não que este deixe de lado seus interesses e convicções. A interpretação da lei do ponto de vista deste fornecedor de serviços e produtos pode ser conflitante com a interpretação do consumidor, mas não há uma solução na Lei 12.291/10, ela apenas obriga a disponibilização da lei sem delimitar o sujeito de outras obrigações inerentes o que será, mais a frente, discutido em tópico específico sobre a interpretação da lei. É correto partir do entendimento de que, esta obrigação de educação e solução nas divergências de interpretação deve partir do poder público e dos profissionais, operadores e aplicadores do direito, que estudaram para saber interpretar e melhor aplicar a Lei a cada caso concreto e não dos representantes dos estabelecimentos comerciais ou de prestação de serviços, que não estudaram e nem se prepararam para interpretar as Leis do Direito. Não há como impor tais aspectos aos empresários e prestadores de serviços.

Fato incontroverso é que, ninguém pode alegar desconhecimento de Lei, nos termos do artigo 3º da Lei de Introdução ao Código Civil Brasileiro. Da mesma forma o Código de Defesa do Consumidor deve ser lido e consultado por todo e qualquer cidadão, assim como deve ocorrer com a Constituição Federal, com o Código Civil, e com tantas outras normas e a lei obriga o estabelecimento a disponibilizar este código de defesa do consumidor em local visível.

É preciso ter mente que, com a promulgação da Lei 12.291/2010 os estabelecimentos comerciais ou prestadores de serviços deverão dispor de um exemplar do código de defesa do consumidor em local visível sob pena de aplicação da multa prevista no inciso I do art. 2, no

montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos) para os infratores da norma, podendo ser diária, até o momento de corrigida a infração, ou calculada conforme o número de vezes em que for apurado o não cumprimento desta, a depender da autoridade que irá multar.

Outra preocupação do legislador para criar a lei 12.291/10, que foi proposta para trazer melhoria nas relações de consumo, diz respeito aos consumidores que precisarem de auxílio para entendimento da lei pois, em sua maioria são pessoas simples e, sem solução imediata, terão que procurar poder judiciário para possível litígio e alcance seus direitos e deveres mas, diferente dos empresários que, em caso de dúvida, não poderão consultar seus advogados e não terão a mesma vivência dentro do poder judiciário.

O código de Defesa do consumidor, diga-se a princípio, veio para defesa do consumidor, parte hipossuficiente, e não se preocupou apenas com a defesa “legal” deste como também em toda e qualquer atividade por este desenvolvida em juízo, tanto na posição de réu como na de autor, a título individual ou pelos entes legitimados nas ações coletivas e, justamente por isso, essa maior preocupação do legislador da Lei 12.291/2010 para solucionar conflito sem necessidade de acionar o poder judiciário: pelo risco na efetividade do processo destinado. O consumidor não tem a mesma vivência, habilidade e conhecimento do prestador de serviços ou fornecedor.

O consumidor, em regra, discute por um único direito, isolado e individualizado, é uma parte, inicialmente, enfraquecida perante a parte contrária que não é, como ele. um litigante meramente eventual postulando um novo enfoque. É flagrante a previsão o equilíbrio das partes, e, ainda que haja no capítulo III do Código de Defesa do Consumidor, previsão de garantias de acesso à justiça e de um processo justo as condições originárias desta relação e possível lide já dispensa possibilidade de iguais e adequadas condições processuais. Isso tudo sem jamais olvidar as garantias do “devido processo legal”, seja nas ações individuais e coletivas.

Também partindo desta preocupação o ponto de vista do legislador, muito claro no parecer de um dos deputados que afirmou “muitas demandas podem ser evitadas pelo conhecimento da lei”, um requisito para sua eficácia? Talvez, afinal, se é possível, a partir da leitura extrair uma única conclusão legal não seria razoável esperar uma demanda judicial, mais desgastante e cara, para resolver um problema.

A lei 12.291/10 é de grande valia, atinge todos consumidores e prestadores de serviço existentes e assim a obrigação de disponibilizar uma lei seria uma forma viável de solução de conflitos, mas há dúvidas se isto é uma forma viável sem a uma efetiva educação de consumo. A interpretação de uma lei é muito mais complexa que a simplória colocação da lei 12.291/10

e ela pode sim gerar duvidas quando compreendida a partir de interesses contraditórios: de uma lado temos o consumidor, parte hipossuficiência, levado pelo desejo de consumo, pela necessidade ou pelo brilhantismo de uma propaganda bem feito e, de outro lado, o prestador de serviços ou fornecedor de produtos que deseja concluir uma venda e obter seu lucro o próprio conceito de justiça aqui será dividido e diversos e isso pode não afastar uma interpretação correto de direitos e deveres.

Os aspectos íntimos, psíquicos são diferentes dos aspectos externos e legais, o direito e a moral não se confundem apesar de bastante próximos mas, o que , verdadeiramente traz questionamentos é se, em uma realização práticas todos os demais aspectos serão deixados de lado para, tão simplesmente, partindo da leitura da lei, entender o que é certo e o que é errado, quem estaria certo, quem estaria errado ou, até mesmo antes disto, se o consumidor, hipossuficiente, saberia utilizar da lei para apontar seu direito e demonstrar sua razão. Compreendida a “intenção” do Legislador com a Lei 12291/10 resta entender os problemas que sua aplicação pode gerar e se esta poderá ser ou não viável do campo externo, a partir de uma ciência pura e eficaz.

2.2. Validade, vigência e eficácia da norma jurídica: uma aproximação conceitual.

O procedimento formal para criação de uma norma já foi apontado, deixando claro que a legitimidade é um dos principais e mais observados aspectos de validade desta lei, ou seja, uma lei deve ser criada pelo órgão, agende legalmente competente para tal. A lei deve ser criada por um órgão competente (Poder Legislativo) e seguir um processo próprio para tornar-se uma lei válida: iniciativa, discussão-votação-aprovação, sanção, promulgação, publicação e, desta forma, do ponto de vista dogmático passara a compor o ordenamento de jurídico, portanto, está vigente e válida. Existe outra forma de se analisar a norma que é sobre a validade material da mesma e, para tal, não basta que seu emissor possua autoridade, competência e observe o processo legislativo para integrar o ordenamento jurídico, mas sim é feito uma análise mais abrangente e pragmática, considerando sua observância pelos destinatários e aplicadores do direito.

Lembre-se que a partir de uma norma jurídica cria-se “sentenças” proferidas por um juiz de direito e estas, transitadas em julgado, fazem-se “leis, normas sentenciais” pelo menos entre as partes destinadas, além de serem precedentes jurídicos por isso dizer que uma sentença é uma norma também, embora sentencial, e ela tem seu fundamento nas leis do ordenamento jurídico de uma nação, devem gerar um “bem comum”, atingir um objetivo, ou tornaria o

ordenamento jurídico sem sentido. Para não mais pertencer ao ordenamento jurídico, uma lei deve ser expressamente revogada por outra lei e, ocorrida a revogação expressa, a norma não mais será válida. Uma lei pode também “cair em desuso”¹⁰³, não sendo observada pelos destinatários e não mais sendo usada pelo aplicador e, por consequência, perde sua “viabilidade prática” até que, formalmente, venha a ser revogada e até poderá ser legalmente requerida ainda que sem utilidade à coletividade¹⁰⁴.

A norma em estudo neste trabalho é a 12.291/2010 que, a princípio, traria como justificativa levar, ampliar a divulgação e conhecimento do código do consumidor, partindo da obrigação dos estabelecimentos comerciais em fornecer um exemplar do mesmo, considerando outrossim, que isso gera uma educação de consumo ao consumidor. É uma norma voltada à ampliação, divulgação das normas de amparo e proteção ao consumidor, partindo-se do pressuposto de que a obrigação lançada ao empresário de disponibilizar tal lei geraria a educação de consumo e se presta a analisar: ela tem eficácia? Os conceitos de vigência, validade e eficácia, portanto, são de extrema importância para se avaliar sua funcionalidade pragmática dentro do ordenamento vigente.

No positivismo¹⁰⁵, estuda-se a fundo a eficácia de uma norma como uma “espécie” ou “requisito” de validade de uma lei vigente, afinal. Se a norma nasce para suprir uma necessidade coletiva presume-se ser pragmática e certa em seus objetivos. Validade e vigência possuem conceitos diferenciados para diversos autores. O jurista Miguel Reale, por exemplo, divide a validade da norma jurídica em três visões: a) validade formal ou técnico-jurídica que é a vigência da norma, b) validade social que é a eficácia ou efetividade e, por fim, c) validade ética que se refere ao fundamento. Passa-se a analisar a vigência, eficácia e fundamento como tipos de validade, como se esta fosse o gênero e aquelas e o fundamento fossem as espécies¹⁰⁶.

Uma norma, ao ser criada, para que possa ser objeto de cobrança, impondo o ajuste de condutas individuais, deve possuir vigência, ou seja, deve se apresentar válida. Essa

¹⁰³ Não aplicação de uma lei, mas que apesar disso, continua vigente e só desaparece do mundo jurídico se for revogada. Disponível em https://www2.camara.leg.br/transparencia/aceso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo##5 visualizado em 02/10/2020.

¹⁰⁴ Pode ser impulsionada, por exemplo, como denúncia para fins pessoais, vinganças e movimentar poder judiciário que não poderá, outrossim, se esquivar de uma respostas. Independente da resposta vai gerar gasto do poder público.

¹⁰⁵ Entendimento de positivismo por Norberto Bobbio: “As características fundamentais do positivismo jurídico podem ser resumidas em sete pontos ou problemas(...). (...) primeiro problema diz respeito ao modo de abordar, de encarar o direito: o positivismo jurídico responde a este problema considerando o direito como um fato e não como um valor (...).Deste comportamento deriva uma particular teoria da validade do direito, dita teoria do formalismo jurídico, na qual a validade do direito se funda em critérios que concernem unicamente à sua estrutura formal (vale dizer em palavras simples, o seu aspecto exterior),prescindindo do seu conteúdo(...)” BOBBIO, Norberto. *O positivismo Jurídico: Lições de filosofia do direito*. São Paulo: Ícone, 1999.P.131.

¹⁰⁶ REALE, Miguel. *Lições preliminares de Direito*, 26 ed., São Paulo: Saraiva, 2002, P. 100-106.

caraterística depende de requisitos técnico- formais, tais como a obediência ao procedimento previsto para elaboração da norma (processo legislativo), do respeito à *vacatio legis*, ou seja, aguardar um período previsto para que depois da publicação, a lei ingresse no mundo jurídico¹⁰⁷.

A efetividade, ou eficácia social da norma, diz respeito ao cumprimento do direito por parte de uma sociedade, ao reconhecimento do direito pela comunidade ou, mais particularizadamente, aos efeitos, ao pragmatismo que uma regra suscita através do seu cumprimento, e equivale à: mera vigência da norma, conforme afirma Kelsen, partindo da observância espontânea do comando contido na norma, aplicabilidade imediata da norma de eficácia plena, materialização, no mundo dos fatos, da dicção da norma¹⁰⁸.

Validade formal ou vigência é, em suma, uma propriedade que diz respeito à competência dos órgãos e aos processos de produção e reconhecimento do Direito no plano normativo. A eficácia, ao contrário, tem um caráter experimental, porquanto se refere ao cumprimento efetivo do Direito por parte de uma sociedade, ao reconhecimento (Anerkennung) do Direito pela comunidade, no plano social, ou, mais particularizadamente aos efeitos sociais que uma regra suscita através de seu cumprimento¹⁰⁹

A lei é vigente quando existe e pode produzir efeitos, por ser formalmente válida, neste sentido "Kelsen tinha inicialmente uma posição radicalmente normativa, sustentando que o elemento essencial do Direito é a validade formal¹¹⁰", este jurista defendia que norma para ser válida precisava de um mínimo de eficácia e sustenta sua validade em uma norma outra norma imediatamente superior, e assim por diante até se chegar à constituição, criando, assim, uma unidade e uma norma fundamental que apenas impõe a observância obrigatória da norma máxima superior que é a constituição¹¹¹: "Eficácia se relaciona com a aplicabilidade ou executoriedade de uma norma vigente, sendo que eficácia técnica ou jurídica se relaciona com a aplicabilidade da norma, ou seja, é a "aptidão da norma para produzir os efeitos que lhe são próprios". Eficácia é afirmação de que a norma cumpriu a finalidade que se propõe, ou seja, socialmente observada atingiu o motivo que a gerou, atingiu sua função social¹¹².

A "efetividade (ou eficácia social) está relacionada à produção concreta dos efeitos" e

¹⁰⁷ REALE, Miguel. *Lições preliminares de Direito*, 26 ed., São Paulo: Saraiva, 2002 P 102-118.

¹⁰⁸ Ibidem P. 112-114

¹⁰⁹ SILVA, José Afonso da. *Aplicabilidade das normas constitucionais*. 7ªed. 2ª tiragem. São Paulo: Malheiros, 2008.P. 84-87.

¹¹⁰ TAVARES, André Ramos, *Curso de Direito Constitucional*, 2 Edição, 2003, Ed. Saraiva.P. 118..

¹¹¹ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P 59-65.

¹¹² REALE, Miguel. *Lições preliminares de Direito*, 26 ed., São Paulo: Saraiva, 2002, P. 114-118.

"uma norma é efetiva quando cumpre sua finalidade", reconhecimento e incorporação da norma "à maneira de agir da coletividade", a representação fática das normas em comportamentos sociais, confirmada pela teoria tridimensional que trata a materialização do direito no mundo fático como exemplo de eficácia social. A efetividade, portanto, é a norma observado pelos aplicadores do direito que se impõe a qualquer destinatário¹¹³.

O jurista, fundamentando suas várias tarefas, parte de uma norma válida, vigente no ordenamento jurídico, mas, isso não se basta para atingir, concluir sua atividade pois, também, necessidade finalizar sua atividade em uma norma socialmente viável pois, ao contrário, definiria a atividade jurídica em algo banal e irrelevante. A eficácia do direito depende do fato de sua observância no meio social do qual é vigente. Eficaz é o direito efetivamente observado e que atinge a sua finalidade. É, portanto, mero fato, consistindo na observância efetiva da norma por parte de seus destinatários ou, no caso de inobservância, na sua aplicação compulsória por órgãos com competência para tal (Judiciário, Administração Pública, Polícia etc.).

Vale destacar também, de acordo com a doutrina o simples fato de a norma jurídica ser inobservada não significa ser ela ineficaz, salvo se cair em desuso, ou seja, se não for aplicada, habitual, uniforme e reiteradamente pelo poder público. O direito pode ter vigência e não ter eficácia, pois pode vigor e não ser observada, entretanto, a vigência como bem explicado é gênero do que a eficácia é espécie e, assim, é válido afirmar que, ao contrário não seria possível: não há uma norma eficaz que não seja vigente.

A eficácia do direito também é observada quando a norma alcança o resultado jurídico pretendido pelo legislador, enquanto a efetividade, do fato da observância efetiva da norma, parte das autoridades e seus destinatários, aqui é essencial que uma norma seja eficaz para tornar-se efetiva, observada pela maioria dos destinatário e aplicada pelos órgãos administrativos e judiciário sendo, evidente ainda, que ausente a eficácia possivelmente a norma deixará de ser "vigente", ou seja, de existir em um ordenamento jurídico válido de uma nação.¹¹⁴ Por fim, é precioso lembrar que há também necessidade de a norma conter legitimidade, que é um requisito formal do qual, faz -se válida, norma criada pelo poder competente, previsto em lei.

Feitas tais considerações é precioso firmar que, Hans Kelsen, é considerado o "pai do

¹¹³ NOVELINO, Marcelo, *Hermenêutica Constitucional*. Editora Jus Podivm, 2008, P. 130

¹¹⁴ Exemplo que pode auxiliar a entender a diferença entre norma eficaz e efetividade é "lei que definia como crime o adultério" ou, ainda, o chamado Plano Cruzado teria tido efetividade por ter sido observado na área econômico-financeira, sem ter tido eficácia, por não ter alcançado o resultado pretendido, saneamento da moeda. Princípio da efetividade A efetividade tem mais sentido no âmbito da comunidade internacional e, na ordem interna, a eficácia. NOVELINO, Marcelo, *Hermenêutica Constitucional*. Editora Jus Podivm, 2008. P. 130-140.

positivismo” sendo ele quem lançou as bases da ciência do direito como “direito autônomo”, excluindo desta ciência quaisquer referências estranhas ao objeto do direito e, para teoria kelseniana, eficaz é a norma quando obedecida pelos indivíduos e/ou quando é aplicada nos tribunais, logo pertencente ao mundo do ser. É vigente, de forma apenas aquele conjunto de normas que são aplicadas pelos tribunais, ou melhor, as normas passíveis de observância e aplicação pelo juiz, portanto, Kelsen vincula a vigência (validade) a eficácia¹¹⁵.

Em conformidade com o pensamento deste autor, um ordenamento jurídico de um determinado país pode ser definido como um conjunto de normas que operam efetivamente na mente dos juízes e, claro, também são observadas em sociedade, coordenando o comportamento de indivíduos. Para o jurista Hans Kelsen a norma jurídica é um “dever-ser” e quem deve ser é a sanção, o destinatário primeiro da norma são os tribunais e juízes individuais. O indivíduo é destinatário direto, imediato, da norma que diz que se deve conduzir de certa forma, porém, essa obrigação de se conduzir de uma certa forma só é um dever se a norma for desmembrada em duas partes: a) norma primária que estatui a sanção b) norma secundária, dependente da primária, que diz como o indivíduo deve se conduzir. Uma divisão ficta apenas, afinal as normas genuínas são as normas primárias e apenas a sanção deve-ser e é válida pois o Direito é uma ordem coercitiva: “quando o indivíduo comete um delito ele não está contestando a norma, uma vez que agir contrariamente à norma é exatamente a condição para que a sanção deva-ser”¹¹⁶.

No entendimento de Kelsen, não é equívoco afirmar que “apenas os juízes e tribunais podem agir contra as normas primárias”, isso ocorre quando não há execução da sanção disponível na norma. A eficácia de uma norma jurídica não está apenas condicionada a que ambos os destinatários a apliquem ou observem, uma vez que se estabeleceria uma contradição, se uma norma é obedecida de forma integral ela não será aplicada pelos tribunais e será plenamente válida. Essa obediência, em grande parte das vezes, não deriva da obediência ao Direito, mas, ocorre quando uma norma do Direito corresponde a uma norma moral, por exemplo¹¹⁷ e tudo isso justifica a constante mudança no ordenamento que deve ter normas adequadas ao momento histórico que as aplica.

A eficácia não deve ser vista como fundamento para a validade das normas e sim uma condição para que uma norma ou um ordenamento jurídico seja válido, uma condição de

¹¹⁵KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.70-80

¹¹⁶ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.86-87

¹¹⁷ Ibidem P.87-92.

validade na medida que das normas devem ser eficazes para que não percam a sua validade. Relevante entender que, na teoria pura do direito, desenvolvida pelo autor a validade é dada por uma outra norma, mas a condição de sua continuidade é verificada através de sua mínima efetividade, tanto para a norma singular, quanto para o ordenamento jurídico como um todo, mas não se nega, de forma alguma a ligação entre vigência e validade:

As normas de uma ordem jurídica positiva valem (são válidas) porque a norma fundamental que forma a regra basilar de sua produção é pressuposta como válida, não porque são eficazes; mas elas somente valem se esta ordem jurídica é eficaz. Logo que a Constituição e, portanto, a ordem jurídica que sobre ela se apóia, como um todo perde a sua eficácia, a ordem jurídica, e com ela cada uma de suas normas, perdem a validade.¹¹⁸

Neste sentido tenho o conhecimento do conceito de validade e seus “requisitos” vigência, eficácia e efetividade o melhor jurista positivista que pode explicar a importância da eficácia de uma norma e, até mesmo explicar, por critérios hermenêuticos a validade da Lei 12.291/2010 é o positivista Hans Kelsen sendo essencial conhecer sua obra Teoria Pura do direito que será objeto de análise no subitem abaixo.

2.3. Estrutura filosófica que fundamenta o sistema jurídico na visão de Hans Kelsen.

Hans Kelsen é reconhecido jurista por lançar as bases da ciência do direito “autônomo”, excluindo do direito quaisquer referência estranhas ao objeto do Direito, tais como excluir do direito a sociologia, a filosofia e outras que, para este jurista, a lei deveriam ser estudada em sua própria ciência e não da ciência do direito e tudo ligado ao contexto histórico em que construiu sua teoria. A teoria da interpretação jurídica de Hans Kelsen é considerada o ponto inicial do positivismo jurídico, marcado pela tentativa de retirar do direito a metafísica, restringindo o direito aos fatos considerados empiricamente. Partindo de um entendimento e “re entendimento” da Teoria pura da interpretação jurídica iremos estudar a viabilidade, requisitos e efeitos de uma norma “ineficaz” dentro do ordenamento jurídico.

A teoria pura do direito não é a única, mas, considerada a mais importante obra do jurista Hans Kelsen, escrita em 8 capítulos e com inúmeras versões e a primeira delas publicada a mais de 87 anos atrás, para esta pesquisa utiliza-se a versão contida no Livro Teoria Pura do Direito, traduzido por João Baptista Machado, publicado pela editora Martins Fontes de São Paulo sendo a 5ª Triagem da 8ª edição da obra publicada em 2009:

¹¹⁸ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.236-237.

Hans Kelsen tem uma vasta obra escrita. Cerca de 483 Textos publicados durante a primeira metade do século XX, bem como reedições aprimoradas e trabalhos póstumos na segunda metade do século XX. Das suas obras jurídicas mais importantes destacam-se: principais problemas da Teoria Geral do Estado e Sobre as fronteiras entre método jurídico e o sociológico (publicadas em 1911), nas quais kelsen observou distinções entre normas jurídicas e demais normas sociais; O problema da soberania e a teoria do direito internacional público (publicada em 1920), na qual aparece pela primeira vez a expressão “teoria pura do direito” e a identificação do Estado como ordenamento jurídico; O conceito sociológico e o conceito jurídico de Estado (publicada em 1922), no qual sustentava que, sendo o Estado um conjunto de normas jurídicas, a sua realidade científica deveria ser também jurídica; e Teoria Geral do Estado (publicada em 1925), na qual procurou afastar a metafísica do Estado e fundar uma concepção de Estado exclusivamente jurídico-normativa.

A Teoria pura do direito, que é a mais importante obra de Kelsen, teve sua primeira versão publicada em 1933 e a segunda versão, bastante aprimorada, publicada em 1960. Outras duas obras importantes do pensamento maduro de Kelsen foram a Teoria geral do direito e do Estado, publicada em 1944, e a obra póstuma Teoria geral das normas, publicada em 1979, na qual se apresentam algumas reformulações sobre a concepção da norma fundamental e sobre a aplicação do princípio lógico da não contradição na análise de conflitos entre normas, além de uma questão nova importante à teoria da decisão jurídica, que é a questão da impossibilidade de se fundamentar silogisticamente a dedução de uma norma particular (sentenças, atos administrativos, contratos) a partir de uma norma geral (leis) como se verá adiante.¹¹⁹

Antes de ingressar na Teoria pura do direito é essencial um rápido estudo da Estrutura filosófica que fundamente o sistema jurídico na visão de Hans Kelsen, estrutura esse que o mesmo chama de Norma Fundamental.¹²⁰ A teoria pura do direito vai muito além da “noção de ser e dever ser”, é bastante ampla e complexa, Kelsen não é um positivista clássico ele segue a linha neopositivista lógico do Círculo de Viena combinado com aportes teóricos da matriz neokantiana do conhecimento tendo teorias e estudos muito sofisticados, o que faz necessário entender, antes de sua teoria, compreender as concepções e teorias positivista anteriores, afinal, este autor foi um dos maiores críticos do positivismo clássico: “(...)Essa concepção clássica do positivismo tem como característica fundamental o ideal de banir toda e qualquer pressuposição metafísica do conhecimento científico”. O Direito positivista anterior a teoria, diga-se, também partia do pressuposto de que o direito nasce de fatos, “fatos existem ou não existem” e o no lugar da metafísica (vontade de Deus, direito natural etc.) e sempre levantou a questão de “onde encontrar os fatos que possam ser demonstrados e comprovados?”, “onde estaria o positivismo

¹¹⁹ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P142-143.

¹²⁰ Será mais detalhadamente descrita nos parágrafos e subtítulos posteriores. Os primeiros capítulos se prestam para entender dos pressupostos teóricos de Kelsen, lembrando que este jurista e seus ensinamentos não corresponde a nenhuma Escola ou movimento de sua época. Seus estilo de análise linguística tem por fundamento o positivismo lógico do círculo de viana, tudo isso será abordado antes da teoria.

do direito?”, era outra questão e isso gerou algumas correntes¹²¹.

Esse positivismo combina, portanto, fatos perceptíveis e comprováveis objetivamente com as leis lógico-causais que são por eles manifestadas. Ele só pergunta pela verdade a respeito dos fatos e das suas leis causais. Não pergunta pela validade, pela legitimidade, pela correção normativa ou pela justiça material desses fatos, pois essas questões são, para essa concepção clássica do positivismo, uma não ciência, uma pseudociência. Um conhecimento desprovido de valor científico, o que equivale dizer: desprovido de verdade.¹²²

A primeira corrente a ser, rapidamente, analisada é o Positivismo Psicológico que parte da necessidade de se investigar os fatos e fenômenos do “mundo” interior” ou anímico, isto é, aqueles que são consciência dos homens, ou seja, os fatos psicológicos. Resultado de uma criação intelectual, impercebível pelos atos externos. Aqui os fatos são psíquicos, decorrem do Intelecto Humano, daí nascem negócio jurídico, dever jurídico, direito subjetivo, validade, vigência. A segunda seria o Positivismo Sociológico, os fatos são eventos do mundo exterior e, por isso, os percebemos através das sensações e só assim é que eles podem ser mensuráveis. Para saber conteúdo da dignidade humana do preso, é preciso ir às instituições e saber como é viver ali. Causas sociais são efeitos de certas instituições jurídicas sobre a população, papel do direito na busca das finalidades sociais. Ambas as teorias têm suas causas próprias e precisam ser compreendidas dentro de suas causas e isso explicará seus acontecimentos.¹²³

O resultado dessa concepção positivista clássica na ciência do direito foi a seguinte alternativa: ou se considera o direito como uma realidade que existe, positivamente, como fato na consciência dos homens (fato positivamente psicológico); ou se se considera como uma realidade que existe, positivamente, como fato social, como comportamento social (fato positivamente sociológico)¹²⁴.

Estas são teorias vividas 40 anos antes de Kelsen¹²⁵: teoria psicológica de Bierling; a Jurisprudência dos Interesses de Ihering e Movimento do Direito Livre de Ehrlich, Bulow e Kantorowics. até chegar à Sociologia do Direito de Ehrlich. Saimos, portanto, de uma época de

¹²¹ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.146.

¹²² Ibidem . P148.

¹²³ Kelsen, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P. 60-79

¹²⁴ Cf. LARENZ, Karl. *Metodologia da Ciência do Direito*. 3 ed. Tradução de José Lamengo Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997. P.48 apud SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.150.

¹²⁵ Hans Kelsen era austríaco, e na década de 1920 em Viena surgiu o círculo de Viena, que era um grupo de autores que, com base no positivismo lógico, tentaram combater o excesso de metafísica da filosofia. SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P. 153-155

teorias focadas no sujeito do conhecimento, no pensamento conceitual formal e sistemas fechados do direito (teoria psicológica) para um modelo de teoria (Sociologia do Direito) que abandona os conceitos e abstração e foca nos fatos, nas normas da decisão -nos aspectos práticos -. A sociologia enquanto ciência iria dar a base metodológica do direito e este se tornaria uma ciência práticas.

A teoria psicológica vê o acontecimento do direito na forma de fatos psicológicos guiados pelas relações causais entre vontade e reconhecimento. A vontade e o reconhecimento seriam assim, as causas dos fatos psíquicos-comportamentais do direito. Já a teoria sociológica entende o direito como resultado de causas sociais, especialmente econômicas e políticas, que estruturam as instituições jurídicas e conferem finalidades sociais para o direito.¹²⁶

Vale firmar que, Kelsen elaborou sua teoria num período em que o Direito em si não servia ao bem das nações ou a libertação dos povos, mas se ajoelhava aos pés de ideologias políticas servindo-lhes de fundamento, fundamento este que almejava para si o status de verdade absoluta, pois segundo ele:

Assim, pois, nada parece hoje mais extemporâneo que uma teoria do Direito que quer manter sua pureza, enquanto para as outras não há poder, seja qual for que elas não estejam prontas a oferecer-se, quando já não tem pejo de alto, bom som e publicamente reclamar uma ciência do Direito política e de exigir para esta o nome de ciência “pura”, louvando assim como virtude o que, quando muito, só a mais dura necessidade pessoal poderia desculpar.¹²⁷

Visto impacto das grandes guerras, ele certamente vê nesta “ciência política do Direito” sua causa mais próxima, e movido por grande descrença para com a mesma; inicia a construção de uma ciência jurídica nova, imparcial, despida de ideologismos, destinada tão somente à análise do Direito em sua forma pura, ou seja “(...) uma teoria do Direito que se limita à análise do Direito positivo como sendo a realidade jurídica”.¹²⁸

Neste contexto histórico está maior motivação para obra de Kelsen; tinha-se uma consciência certa de que eram as outras ciências que dariam a base metodológica do direito, e que não possuía uma linguagem própria, o direito estava muito contaminado por “filosofismos, sociologismos e psicologismos” e era analisado com metodologias de outras ciências e não própria, motivo de maior desconforto para Kelsen e muitos outros juristas¹²⁹ que abandonaram

¹²⁶ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014.. P.150.

¹²⁷ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P 20-25

¹²⁸ FERRAZ, Tercio Sampaio jr. *A teoria da Norma Jurídica. Ensaio de Pragmática da Comunicação Normativa*. 4ªE.Rio de Janeiro: Forense. 2006.P. 20-25.

¹²⁹ Ibidem. P. 60-79

as demais construindo uma própria. Sua teoria trouxe importantes considerações pra concepção moderna do direito como autonomia do direito para interesses sociais e, também, reconhecimento psíquico do dever-ser; maior grau de abstração do direito para ampliar seu campo de aplicação para além dos interesses e ligação do direito a políticas públicas do Estado¹³⁰ de bem-estar- estar social¹³¹.

(...) Sustenta-se que Kelsen sofre influência de uma dupla fonte de inspiração em suas idéias metodológicas vertebrais: Kant e o positivismo científico, respectivamente redefinidos pelo neokantismo e o positivismo lógico. A fusão de algumas idéias do kantismo com outras do positivismo determinou um processo dialético entre ambas as posturas, cuja síntese é a teoria pura do Direito. Isto é, um pensamento relativamente distante e reformulado dos pressupostos indicados. Quaisquer que sejam as variantes introduzidas nas diversas versões da teoria pura, durante a longa vida de Kelsen, o saldo teórico não deixa de ser um pensamento idealista, e isto porque, tanto o processo positivista do conhecimento (em sua forma experimental ou em sua modalidade lógica) como o racionalismo (em sua forma pré-gnoseológica e dogmática ou transcendental) têm como base a mesma problemática epistemológica, definem a mesma temática fundamental e ao mesmo tempo evitam possíveis relações da teoria com a realidade. Por razões epistemológicas, sustento a tese de que o positivismo é uma forma de idealismo, porquanto diacronicamente define sua problemática através de um movimento duplo: racional e empírico, conceitual e referencial, que, aceitando sua dialética, ao mesmo tempo está desprezando tanto o idealismo puro como o empirismo ingênuo. Consequentemente, temos como síntese um idealismo crítico que não admite um conhecimento exclusivamente processado pelo pensamento sem fazer referência à experiência para constituir a razão em fator determinante do conhecimento a partir da experiência; e um positivismo lógico, que se distancia dos dados sensíveis, desembocando em um conceitualismo vazio e formal, que se conforma com um controle sintático da realidade. A Teoria pura do Direito, ao ser reduzida a um conceitualismo presente tanto no idealismo crítico como no positivismo lógico, consegue eliminar de sua problemática a discussão sobre os fatores co-determinantes da realidade jurídica, como também sobre o papel social e político do Direito e as dimensões ideológicas dos diversos discursos enquanto prática jurídica concreta¹³²

Vale analisar, rapidamente a era do Positivismo Lógico¹³³ na virada linguística do círculo de Viena (1922-193), afinal, Kelsen era austríaco e na década de 1920 em Viena surgiram autores do círculo de Viena que, influenciados especialmente por Ludwig Wittgenstein,

¹³⁰Para alguns doutrinadores resta a dúvida de que sua teoria almeje uma mudança social no que diz respeito ao objeto e ao conceito da ciência jurídica pois, e se almeja tal mudança esta amparado em uma crença idealística de que “se fosse assim seria melhor. WARAT, Luis Alberto. *Introdução geral ao direito II: a epistemologia jurídica da modernidade*. Tradução de José Luiz Bolzan de Moraes. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1995. P.130-132.

¹³¹ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P. 152

¹³² WARAT, Luis Alberto. *Introdução geral ao direito II: a epistemologia jurídica da modernidade*. Tradução de José Luiz Bolzan de Moraes. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1995.P.131-132.

¹³³ Kelsen cria uma teoria extremamente tecnicista, limitada ao estudo do Direito positivo, que não almeja nada além de explicar “aquilo que é” e “como é”, sem se perder no idealismo que pensam como “deveria ser” e que se cuidam de analisar o que “viria ser”. Baseado nisto e em outros estudos, apesar de haver doutrinadores, juristas renomados que preferem firmar Kelsen como “neopositivismo” aqui deixaremos trataremos como “positivismo” sem usar nomenclatura neopositivismo.

seguidores do Positivismo logico tentavam retirar o excesso de metafísica que havia na filosofia. Estes autores pretendiam desenvolver uma nova filosofia da ciência, dentro de um espírito rigoroso, com uma linguagem lógica e fundamental na logica uma ciência empírico formal da natureza e para tal empregavam procedimentos lógicos do rigor científico e desenvolverem uma nova concepção.

O positivismo lógico partia de três pressupostos: 1) A ciência poderia ser unificada na sua linguagem e fatos que a fundamentam, tendo por consequência o entendimento de que todo conhecimento científico vem do conhecimento e do caráter tautológico do pensamento (possui uma estrutura tautológica¹³⁴. 2) A Filosofia, seja ou não considerada verdadeira ciência, diz respeito à elaboração de proposições científicas que se referem, direta ou indiretamente, à experiencia. Por outro lado, ciência tem por função verificar tais proposições e, neste sentido, a Filosofia deve ser filosofia da ciência antes de qualquer outra função.3) A partir do crescimento da filosofia verifica-se o fim da metafísica já que não seria mais uma necessidade tratar de questões filosóficas pois, a partir deste momento histórico todas as questões utiliza-se uma linguagem provida de sentido ou, pelo menos, a redução da filosofia à análise de fenômenos não verificáveis. A metafísica, agora, só cuidaria de termos dos quais não se pudesse esclarecer de forma suficiente ou de proposições verificáveis¹³⁵.

Há mais de duas décadas que empreendi desenvolver uma teoria pura, isto é, purificada de toda a ideologia política e de todos os elementos de ciência natural, uma teoria jurídica consciente da sua especificidade porque consciente da legalidade específica do seu objeto. Logo desde o começo foi meu intento elevar a Jurisprudência, que – aberta ou veladamente – se esgotava quase por completo em raciocínios de política jurídica, à altura de uma genuína ciência, de uma ciência de espírito. Importava explicar, não as suas tendencias endereçadas à formação do Direito, mas as suas tendencias exclusivamente dirigidas ao conhecimento do Direito, e aproximar tanto quanto possível os seus resultados do ideal de toda ciência: objetividade e exatidão¹³⁶.

O mote Geral seria que os enunciados factuais, ou seja, que se referem a coisas existentes que só possuem significado se foram empiricamente verificáveis. Esta é uma proposta semântico – verificacionista que é aquela que só se conhece o sentido de uma proposição somente se for possível conhecer as circunstâncias pelas quais se diz que ela é

¹³⁴ ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3.ed.São Paulo: Saraiva, 2002. P.45-50

¹³⁵ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.80-91.

¹³⁶ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.10-11.

verdadeira ou falsa¹³⁷. As proposições que não pudessem ser verificadas, ainda que tivessem valor poético, emocional deveriam ser afastadas pois, apesar de não serem falsas também não eram verdadeiras, mas nada significavam, eram sem qualquer sentido¹³⁸.

O direito então deixa de ser concebido tanto como relação jurídica, quanto como reconhecimento psíquico. O direito agora é norma jurídica, é o conjunto das normas jurídicas válidas. (...) A norma em Kelsen passa a ser o signo sintático-linguísticos fundamental que constitui a identidade e a autonomia do direito. A norma confere, assim, tanto a identidade do direito como uma categoria empírico – positivista autônoma em relação às outras normas da sociedade – como são as normas éticas, morais, religiosas, econômicas etc. – quanto a autonomia do direito em relação a esses outros campos de normatividade da sociedade. E por isso Kelsen vai se deter com rigor na diferenciação entre normas jurídicas e leis naturais, entre direito e moral e entre direito e ciência do direito.¹³⁹

Hans Kelsen absorveu esta metodologia filosófica (positivismo) e se afasta tanto de uma abordagem jusnaturalista, quanto de uma abordagem sociológica jurídica¹⁴⁰ - já que seu método pertence a sociologia e o direito precisa de um método próprio - e, portanto, influenciado pelo positivismo lógico do círculo de Viena e usando uma linguagem rígida, Kelsen passa a abstrair do direito noções oriundas de outras ciências ou estranhas; até mesmo a noção de justiça é afastada pois que ela está intimamente ligada a valores que são invariáveis e imprecisos, que vai de acordo com aquele que invoca não cabendo ao direito que precisa de um conceito certo e universal e Kelsen caminha para seu principal conceito de que “direito se estrutura pelo dever-ser, é uma ciência social normativa, ou seja, estudar direito é estudar a norma já que é algo empírico e positivado”¹⁴¹.

Kelsen parte de uma questão que, embora não tivesse sido antes elaborada por ele, atinge todos que pretendem criar uma estrutura de fundamentação no sistema jurídico: o sistema jurídico é composto por várias normas, leis, jurisprudências, regulamentos e decisões judiciais, além de outros, que não possuem, necessariamente, uma ligação entre si e se levanta a questão de “o que dá unidade a este emaranhado de documentos jurídicos isolados e possibilita que os juristas os dê título de sistema ou ordenamento jurídico?”. As normas inferiores retiram seu

¹³⁷ Por exemplo a lei da gravitação universal. É uma proposição de Newton no qual ele diz “que os objetos tendem a ser atraídos para o centro da terra”, é algo que pode ser verdadeiro ou falso e tem um significado pois, a princípio, pode ser verificado. O mesmo não ocorre com enunciados de fé como: “Deus é perfeito” ou “o amor cura tudo” que não estão passíveis de verificação e não tem, portanto, significado, são pseudo enunciados, gramaticalmente corretos sem valor cognitivo (fora do nível de conhecimento comprovado).

¹³⁸ Kelsen, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.85-90.

¹³⁹ Ibidem.

¹⁴⁰ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.171-172.

¹⁴¹ Análise externa e interna do direito que é abordado a partir da teoria de Hart.

¹⁴² ALMEIDA, João Batista de. *A proteção jurídica do consumidor*. 3.ed.São Paulo: Saraiva, 2002. P.10-11

fundamento validade nas normas superiores e, as normas superiores, retiram seu fundamento de validade das normas acima delas até se atingir a principal norma dentro de um estado que é a Constituição Federal.¹⁴²

A solução proposta por Kelsen para essa questão da validade objetiva do direito foi a fundamentação da validade das normas jurídicas em normas jurídicas hierarquicamente superiores e temporalmente preexistentes. Assim uma norma jurídica é válida na medida em que ela encontra seu fundamento de validade em outra norma preexistente e hierarquicamente superior. Por exemplo, a validade das normas do Código Civil 2002, que é uma lei ordinária, encontra seu fundamento nas normas da Constituição Federal que são hierarquicamente superiores e temporalmente preexistentes. Como também os atos e negócios jurídicos só são validos se realizados com base nas normas jurídicas que lhes são superiores, que por sua vez encontram a sua validade na Constituição Federal. A validade de uma sentença judicial também segue o mesmo critério de organização hierárquica e temporariamente controlada: a sentença é válida quando baseada nas normas válidas, cuja validade é dada pelas normas superiores validas e assim sucessivamente.¹⁴³

O sistema jurídico possui uma estrutura hierárquica onde as normas superiores condicionam a aplicação das normas inferiores e, neste contexto, as normas inferiores retiram sua validade das normas superiores, com isso conclui o jurista que o que fundamenta um ordenamento jurídico é a constituição:

Na verdade, parece que se poderia fundamentar a validade de uma norma com o fato de ela ser posta por uma autoridade, por um ser humano ou supra-humano: assim acontece quando se fundamenta a validade dos Dez Mandamentos com o fato de que Deus, Jeová, os ter dado no Monte Sinai; ou quando se diz que devemos amar os nossos inimigos porque Jesus, o Filho de Deus, o ordenou no sermão da Montanha. Em ambos os casos, porém, o fundamento de validade, não expresso, mas pressuposto, não é o fato de Deus ou o Filho de Deus ter posto uma determinada norma num certo tempo e lugar, mas uma norma: a norma segundo a qual devemos obedecer aos mandamentos de Deus (...)¹⁴⁴.

Aqui Kelsen alcança um problema, a indagação do fundamento de validade de uma norma não pode perder-se no interminável, uma vez que uma norma imediatamente superior valida uma norma imediatamente inferior, e que outra norma superior à norma dita superior, valida esta última e assim por diante. Esse processo não parece ter fim, criando um problema para a teoria kelseniana sobre o fundamento de validade do ordenamento jurídico, afinal como

¹⁴² Para ilustrar a “pirâmide” kelsiniana cujo topo é formado por normas de produção e a base por normas de aplicação: uma decisão judicial pode aplicar um regulamento que remete-se a uma lei que efetiva uma norma constitucional, aqui a constituição é uma norma de produção e a sentença uma norma de aplicação.

¹⁴³ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.182.

¹⁴⁴ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.215-216.

positivista não poderia ter justificativas, fontes extrajurídicas para surgimento do direito, mas para o ordenamento jurídico ter significado não poderia nascer de um arbítrio ou um conteúdo específico como justificaria o jusnaturalismo¹⁴⁵. Para solucioná-lo, Kelsen, propõe que esse processo precisa terminar em uma norma que se pressupõe como a última e a mais elevada das normas, que é chamada por ele de norma fundamental¹⁴⁶.

Para Kelsen o fundamento de validade da norma fundamental não pode ser um conteúdo, não é posta, positivada mas pressuposta e, kantianamente¹⁴⁷, funciona como condição epistemológica da produção jurídica – lembre-se que Kant chamaria a norma fundamental como condição lógico-transcendental, que possibilita o conhecimento jurídico, que é de categoria filosófica, fruto da razão pura e tem por objetivo possibilitar o conhecimento jurídico; “Para razão teórica – fundamentação teórica – Kelsen utiliza a analítica formal do neopositivismo lógico. Para a razão prática – fundamentação prática –, Kelsen utiliza a analítica transcendental neokantiana.¹⁴⁸” - definido, assim, a norma fundamental como uma condição imaginada que permite o conhecimento jurídico, a produção do direito.

É a norma fundamental que propicia à ciência do direito dar unidade e coerência a um conjunto de leis que não existiria sem ela: “somente o pressuposto da norma fundamental e

¹⁴⁵ Jusnaturalismo, diferente do positivismo, não tinha tal problema. Para o direito natural a estrutura de legitimação do sistema jurídico era extrajurídica; para o jusnaturalismo teológico o sistema provinha de Deus; para o jusnaturalismo racionalista o sistema jurídico vinha da capacidade humana de depreender o direito da natureza das coisas. Assim, o jusnaturalismo a norma jurídica, o direito positivo só existiria após o sistema estar pré estruturado por uma fonte extrajurídica, e esta pré estruturação seria feita por um conteúdo específico e permanente chamado de “sistema estático”. De acordo com modelo estático de validade uma norma vale somente se o conteúdo da segunda norma puder ser encontrado na primeira, qualificada como imediatamente evidente, de modo que fundamento de validade e conteúdo de validade se fundem. No sistema estático o sistema jurídico deve partir de uma primeira norma imediatamente evidente que pode – se chamar “norma fundamental” já que estabelece o primeiro princípio central do sistema jurídico e dela derivam o conteúdo de todas as demais normas jurídicas, sua validade. O processo que permite unir o conteúdo da norma fundamental com o das demais normas jurídicas é o da dedução (normas como não se deve mentir, não se deve enganar, normas de uma promessa feita devem deduzir de normas que ordena a veracidade. Normas como as de ordem de amar o próximo podem gerar normas como as de não matar ou deve se auxiliar o outro se este necessitar de ajuda.). Outros dois pontos relevantes se quer se reconhecer um determinado ordenamento jurídico vigente segundo os critérios segundo critérios do modelo estático da validade é necessário identificar sua norma fundamental tendo em vista que todas demais normas já estão, implicitamente, estabelecidas desde o princípio; podem ser deduzidas da norma fundamental pela via dedutiva. Segunda consideração é de que o sistema estático tira a liberdade criativa do legislador já que só pode declarar um conteúdo ‘pre figurado’ pela norma fundamental e não participa de forma imediata da criação das normas jurídicas pois seu conteúdo já estaria determinado. DIAS, Gabriel Nogueira. O positivismo e a Teoria Geral do Direito: na obra de Hans Kelsen. 1ª Ed. São Paulo: Revista dos Tribunais. 2010. P.100-106.

¹⁴⁶ Ibidem.

¹⁴⁷ Relativo ao filósofo alemão Immanuel Kant ou à sua doutrina; (Aquele) que adere às ideias de Kant ou se identifica com sua doutrina moral; Que adere a moral como lei universal, Moralista; A rigidez de seus pais, fez dele um moralista ao extremo, austero e de padrões tradicionais, transformou-se num legítimo kantiano. Disponível em

<https://www.dicionarioinformal.com.br/kantiano/#:~:text=Relativo%20ao%20fil%C3%B3sofo%20alem%C3%A3o%20Immanuel,transformou%20se%20num%20leg%C3%ADtimo%20kantiano.> Visualizado em 22/11/2020.

¹⁴⁸ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.180.

material empírico que se oferece à interpretação jurídica pode ser interpretado como direito, ou seja, como sistema de normas jurídicas”¹⁴⁹, afasta aqui o sistema estático de validade e adota o sistema dinâmico de validade.

Ao distinguir a norma jurídica das demais normas sociais segundo O critério da diferença entre dever objetivamente válido e dever subjetivamente válido, a teoria pura apresenta um problema novo para a tradição das teorias jurídicas. O problema é este: se a distinção entre as normas jurídicas das demais normas sociais está no fato de que somente as normas Jurídicas são dotadas de validade objetiva, quer dizer, de uma validade que independe da aceitação, do reconhecimento ou de um ato de vontade por parte dos seus destinatários, então logo surge a questão da validade das próprias normas jurídicas”. Em outras palavras, Kelsen afirma que somente as normas jurídicas são objetivamente válidas, pois as normas morais só são subjetivamente válidas. Mas ao afirmar que somente as normas jurídicas são objetivamente válidas, surge a pergunta pelo fundamento dessa validade objetiva das normas jurídicas.¹⁵⁰

No sistema dinâmico de validade, adotado por Kelsen, não há predeterminação pois a norma fundamental de Kelsen é pressuposta (não é posta) e, enquanto condição epistemológica para produção do direito, as normas do sistema jurídico não se deduz da norma fundamental mas sim, a norma fundamental existe para autorizar que se crie normas dotadas de diferenciação hierárquica, colocando a constituição no topo dela e ela terá por trás a norma fundamental, portanto, que autorizou a produção do direito, sendo a norma fundamento não o conteúdo de validade (estática) mas sim o fundamento de validade que estabelece o processo de produção de normas jurídicas, ou seja, os pressupostos para o próprio conhecimento jurídico¹⁵¹.

A metodologia de abordagem do fenômeno jurídico que Kelsen utiliza para diferenciar as normas que são postas e pressupostas (norma fundamental) é a distinção entre os âmbitos lógico-jurídico e jurídico-positivo que são duas expressões relativas ao direito. Na expressão Jurídico-Positivo Kelsen se refere a normas positivadas (o que está posto, estabelecido), que pertence de forma consolidada a um ordenamento jurídico como a norma que proíbe matar, a que diz que homens e mulheres são iguais perante a lei. Na expressão Lógico-Jurídico, ao

¹⁴⁹ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.259..

¹⁵⁰ KELSEN, Hans. *Teoria geral do Direito e do Estado*. 3º Ed. Tradução de Luiz Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 2000. P. 52 apud SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.180.

¹⁵¹ Para ilustrar o sistema de construção da norma fundamental entre o Jusnaturalismo e o Positivismo de Kelsen : pense-se em uma situação em que o pai ordena o filho algo e ele se recusa se a justificativa do pai para convencer o filho é que ele deve obedecer o pai porque os pais são mais obedientes, só querem o melhor para os filhos e a obediência é um ato de amor aos progenitores, sendo assim, as normas que são ditadas pelos pais são melhores, mais justas e confiáveis estamos diante de um JUSNATURALISTA. Se o pai não motiva nenhuma ordem e apenas afirma que filhos devem obediência aos pais independente de qual seja a ordem é um JUSPOSITIVISTA do estilo kelseniano que tem norma formal sem conteúdo (norma sobre produção de outras normas) BOBBIO, Norberto. *O Positivismo Jurídico*. 10ª Ed. São Paulo: Ícone:1999.

utilizar a expressão lógica¹⁵² não se refere a algo positivado, a uma norma pertencente a um ordenamento jurídico específico, ele se refere a algo que só existe no intelecto, uma categoria filosófica que nos ajuda a pensar problemas ou objetos reais, por isso a norma fundamental kelsiniana que é pressuposta e imaginada não está dentro do âmbito jurídico positivo e sim do âmbito lógico jurídico. Como sistema de Kelsen é dinâmico e não estático a norma fundamental é formal.

A Teoria Pura do Direito foi desenvolvida pelo jurista Hans Kelsen que é uma referência para positivismo jurídico que não é unívoco e as teorias defendidas neste período faz referência à teoria de Auguste Comte¹⁵³ – que pretendia realizar uma física social, rigorosamente baseada em fatos empíricos, sob a qual os direitos políticos só podem ser entendidos como uma cilada das discussões metafísicas - bem como aquelas que se assemelham ou se relacionam a referida teoria. A teoria de Comte defende a impossibilidade de identificação de causas imanentes, de modo que apenas os fatos, com suas relações recíprocas devem ser objeto de estudo científico¹⁵⁴.

A concepção científica com base na razão é oriunda, principalmente, da influência da Revolução Francesa na história do mundo e com o direito não foi diferente. O eixo do direito, no Estado Absolutista, que prevalecia na esmagadora maioria dos países ocidentais, era a força, com a concentração das atividades de produção e controle jurídico atribuídas ao próprio Estado. O poder econômico da burguesia aumentava e se pretendia mudanças, busca-se um Estado Liberal que garantisse o desenvolvimento do Homem – garantir a segurança do Homem perante o próprio Estado – e as ideologias da época e forma de ver o direito mudava. No fundo, o ideal do positivismo clássico é a velha expectativa de aplicar às ciências sociais os mesmos métodos das ciências naturais e o positivismo vê a ordem social como organismo, os motivos como causas eficientes e as finalidades como causas finais de acontecimentos fáticos.

O positivismo surgiu com a ideia do Estado Liberal e os seus objetivos se identificam: buscam alcançar a segurança nas relações sociais e se complementam como concepção jurídico filosófica e como organização política social. O positivismo buscava, em nome da segurança, afastar os valores e as concepções axiológicas que circundavam a conceituação do direito, posto

¹⁵² A lógica, enquanto disciplina, foi criada por Aristóteles que, em uma reunião de obras chamada *Órganon* a chamou de analítica e ela consiste em uma série de regras formais responsáveis pela ordenação do raciocínio, são muito conhecidas as regras da identidade, da não contradição e terceiro excluído. Aristóteles dizia que a lógica era uma disciplina para auxiliar outras disciplinas, uma espécie de metodologia.

¹⁵³ Para Comte, não existem positivamente direitos o que existem são deveres. Os deveres é que constituem uma facticidade positiva capaz de explicar as causas dos comportamentos sociais. COMTE, Auguste. *Discurso sobre o espírito positivo*. Tradução de José Arthur Giannotti e Miguel Lemos. São Paulo: Abril Cultural, 1978. P. 85.

¹⁵⁴ FERRAZ Jr., Tércio Sampaio. *A Ciência do Direito*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010. P 31

que, tendo em vista a sua relatividade e subjetividade, poderiam pôr em risco o escopo principal do direito, que era a paz social. Neste caminho os principais nomes que se vinculam ao positivismo são Hans Kelsen, Alf Ross e Herbert Lionel Adolphus Hart¹⁵⁵.

A Teoria Pura do Direito é a principal obra do jurista Hans Kelsen, considerado um trabalho inovador de ciências juristas que busca uma teoria cujo objeto é, exclusivamente, conteúdo jurídico do direito, afastando ideologias, políticas, religião, critérios psicológicos ou qualquer outra motivação estranha ao direito. Esclareça-se que a teoria ‘não afirma que não exista motivos estranhos’ e considera a existência deles, entretanto, o método científico proposto pela teoria é identificar e escrever o direito afirmando, partindo de sua pureza por afastar o sincretismo metodológico, a mistura de métodos até então utilizado por outros juristas na descrição do direito. Kelsen tentará mostrar como, utilizando apenas motivos jurídicos o direito pode funcionar com exatidão e razoável grau de exigibilidade¹⁵⁶.

Existem várias espécies de normas em uma sociedade (jurídica, moral, teológica etc.) mas, para a teoria, o objeto de estudo que serão as normas jurídicas (normas que conferem a determinados fatos o caráter de fato jurídico). Há características que diferenciam estas normas das demais: o Direito é técnica especial e específica e, por meio do Estado, é possível regulamentar as condutas dando segurança à uma sociedade - um sujeito age conforme direito porque consegue prevê uma consequência jurídica -; O Direito é coercitivo, ou seja, dá ordens respaldadas pela força do Estado e a consequência jurídica já é vista como de ordem psicológica ou espiritual mas reações institucionalizadas que obrigam (pagar, fazer, não matar). Há uma classificação destas normas jurídicas sendo normas primárias aquelas que descrevem uma consequência jurídica e normas secundárias aquelas que descrevem a conduta regulada.

Na norma jurídica existe a imputação em contraste com a causalidade da física, por exemplo. O princípio da imputação descreve consequências artificiais e não naturais para os fatos sendo certo que, diferente da física, no direito não é possível se falar em “causa e efeito” e sim condição e consequência, não está na ordem do ser e sim do “dever-ser” (se alguém roubar deve ser preso). As normas jurídicas são criações humanas com condições e consequências normativas e não uma causa natural e por isso é dinâmica e com possibilidade variação, uma norma de hoje pode não existir amanhã por isso sempre se fala em dinâmica pois acompanha a necessidade da sociedade¹⁵⁷.

¹⁵⁵ BARZOTTO, Luis Fernando. *O Positivismo Contemporâneo*. 2ª Ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora. 2007. P. 16 -18.

¹⁵⁶ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.85.

¹⁵⁷ FERRAZ, Tercio Sampio jr. *A teoria da Norma Jurídica. Ensaio de Pragmática da Comunicação*

A norma jurídica é uma prescrição dirigida a outrem, respaldada por uma medida coercitiva, historicamente determinada e monopolizado pelo Estado. Ao se verificar uma norma é possível fazer um juízo de veracidade da norma e o deve ser é o juízo de validade da norma. Para Kelsen o direito deve se preocupar exclusivamente com juízo de validade da norma sendo certo que, antes de suas considerações, não se discutia a validade e conteúdo da lei, sendo conteúdo: justiça, dignidade, utilidade da lei. Na Teoria pura do direito uma norma é válida não por seu conteúdo, mas pela qualidade atribuída por uma norma superior: existe um conjunto de normas que atribuem um sentido objetivo ao fato e uma consequência objetiva para quem o pratica. A norma pode, também, conferir poder e competência.

Kelsen define a interpretação como uma operação mental que acompanha o processo de aplicação do Direito no seu progredir de escalão superior para um escalão inferior. A ideia de interpretação, aqui, fica reduzida então a uma operação lógica de dedução do sentido de uma norma jurídica, que parte das normas hierarquicamente superiores para as normas inferiores. A interpretação é um ato de conhecimento e de aplicação do direito.

A ideia é que o sentido de uma norma, por exemplo, de direito civil ou de direito penal, deve ser interpretado no contexto normativo da Constituição Federal. Do mesmo modo que uma norma contratual deve ser interpretada no contexto das normas de direito civil ou comercial, na linha escalonada e seriada do ordenamento jurídico como um todo. A interpretação de uma norma jurídica sempre deve ocorrer em conformidade com a interpretação de uma norma hierarquicamente superior. E isso significa, em outras palavras, que o sentido de uma norma hierarquicamente inferior só pode ser corretamente determinado se ele for deduzido do sentido de uma norma hierarquicamente superior.¹⁵⁸

O ponto de partida da fundamentação teórica de Kelsen é uma crítica tanto às concepções sociológicas quanto psicológicas ou do reconhecimento psíquico do direito, Kelsen vai propor a observação da norma jurídica como unidade analítica da sua teoria do direito. A norma jurídica vai ser a chave primária da observação do direito, vai ser o objeto do conhecimento jurídico. O Direito pode ser entendido como relação jurídica fática, tampouco como um acontecimento psíquico. Para Kelsen o direito deve ser entendido como norma e a ciência do direito só pode ser uma ciência normativa¹⁵⁹.

O Livro Teoria Pura do Direito tem 8 capítulos e o primeiro deles é o que leva nome de “Direito e Natureza”, o segundo é “Direito e Moral”, o terceiro “Direito e ciência”, o quarto “Estática Jurídica”, o quinto “Dinâmica Jurídica”, sexto “Direito e Estado”, o sétimo “O Estado

Normativa. 4ªE.Rio de Janeiro: Forense. 2006. P.85-88

¹⁵⁸ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 6ª.ed., Tradução de João Baptista Machado. São Paulo: Martins Fontes, 2003. P.387 apud SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.192-193..

¹⁵⁹ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P. 174-175.

e Direito Internacional”, o último “A Interpretação”, mas, nesta pesquisa não trataremos separadamente de cada mas sim repassando temas relevantes para finalização do presente que se retira de cada um destes capítulos. Há uma abordagem, no livro, do processo de criação e evolução do Direito como fenômeno destinado a assegurar e garantir o equilíbrio social, necessário para a garantia da paz no seio de uma sociedade partindo da concepção primitiva do que se entende por direito, perpassando pelas teorias do direito natural e chegando à teoria do direito enquanto fenômeno social. Kelsen inicia o presente com conceito de direito que é a ordenação coativa da conduta humana. A Teoria Pura do Direito é uma teoria do direito positivo: Kelsen afastou do direito quaisquer explicações metafísicas ou extrajurídicas, a teoria não é uma explicação de um ordenamento jurídico específico, mas é um intento de explicar o direito de forma geral que deve ser universal e por isso chamada de teoria¹⁶⁰.

Conforme já descrito em parágrafo anterior, apesar de chamada teoria pura do direito não negligenciou o fato de que o direito é influenciado pela sociedade, política e possíveis ações corruptas de seus agentes, ou seja, por fatores externos embora tivesse objetivo de isolar o direito destes fatores externos para construir a sua ciência jurídica. Desconsidera dicotomia entre natureza e sociedade que teria dado origem a duas ciências com objetos específicos, ciências naturais e ciência humanas ou sociais: “a sociedade quando entendida como real ou efetiva convivência entre os homens pode ser pensada como parte da vida em geral e, portanto, como parte da natureza”. Assim as duas ciências não eram tão diferentes assim, partiam do estudo dos fatos que aconteciam na natureza. O direito especificamente como consciência social deveria se ater aos fatos jurídicos¹⁶¹.

Todo ato possui um sentido, podendo este ser objetivo ou subjetivo. O que diferencia um ato jurídico dos demais atos, o que dá a obrigação legítima que é uma das características fundamentais do direito (ato tem um sentido objetivo e outro subjetivo), um indivíduo pode praticar um ato que tem um significado que pode ser compreendido pelos outros indivíduos (significação que pode ser chamado de subjetiva e não necessariamente coincide com a significação objetiva, a significação que é resultado da interpretação oficial dada pelo direito). Embora o ato seja uma parcela da natureza só e parte do direito quando tem significado jurídico,

¹⁶⁰ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.30-37.

¹⁶¹ Fatos são acontecimentos, ou seja, eventos que ocorrem no mundo e são irrepetíveis. Para Kelsen os fatos jurídicos são compostos por dois elementos os atos, que são perceptíveis e se realizado no espaço e no tempo, e seus significados que ocorrem em um plano mais abstrato mas perceptível pois, em geral, ambos compõem a estrutura da norma, p.ex diante de um ato jurídico em que A mata B o significado é o homicídio e diante do ato do nascimento uma possível significação poderia ser a maternidade e as obrigações jurídicas daí advindas. ¹⁶¹ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.56-60

portanto, um ato não é jurídico em razão de sua facticidade, de ter modificado o mundo material, na verdade a sua significação só é operacionalizada pela norma e, portanto, a norma jurídica é um esquema de interpretação¹⁶².

A significação jurídica não pode ser percebida no ato por meio dos sentidos, tal como se observa nas qualidades naturais de um objeto - como a cor, o peso, a dureza - mas da seguinte forma: o indivíduo que, racionalmente, põe o ato, liga este ato um determinado sentido, que acaba sendo entendido pelos outros. Este sentido subjetivo, ou seja, este sentimento inerente ao indivíduo, pode acabar coincidindo com o significado objetivo que o ato tem do ponto de vista do Direito, mas não tem necessariamente de ser assim. Kelsen apresenta como exemplo a esta explanação o fato de uma pessoa dispor por escrito do seu patrimônio para depois da morte. O sentido subjetivo deste ato é um testamento. O homem (pela sua natureza), diferentemente de outros animais é capaz de expressar atos conscientes¹⁶³.

A norma como interpretação ou produção normativa deve observar que o fato externo que, de acordo com seu sentido objetivo, constitui um ato jurídico (lícito ou ilícito), somente se realiza pela significação que o ato possui na esfera jurídica e não pela sua simples facticidade. A norma funciona como um esquema de interpretação: "... o juízo em que se enuncia que um ato de conduta humana constitui um ato jurídico (ou antijurídico) é o resultado de uma interpretação específica, a saber, de uma interpretação normativa"¹⁶⁴. A norma que empresta ao ato o significado de um ato jurídico ou antijurídico é, em si mesma, produzida por um ato jurídico, o qual recebe sua significação jurídica de outra norma.

A norma surge quando o ato de vontade de um indivíduo, ou seja, o sentido subjetivo coincide com comando dado pelo ordenamento que é o sentido objetivo. O conteúdo de um acontecer fático coincide com conteúdo de uma norma que consideramos válida. A ciência do direito não poderia investigar quais os valores corretos para criar uma norma, mas apenas os valores que são consagrados no texto legislativo, quem investiga a 'justeza' dos valores no âmbito pré normativo ou, independentemente da norma é a política jurídica e não a ciência do direito e isso está relacionado à legitimidade do direito como ordem coativa (diferente de uma vingança pessoal onde um grupo impõe seus valores a outro). Foi a própria comunidade que criou um órgão competente para criar sanções diante de comportamentos transgressores e o juiz apenas representante a comunidade e o direito é o desejo formalizado da comunidade. Direito

¹⁶² KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.03.

¹⁶³ FERRAZ, Tercio Sampaio jr. *A teoria da Norma Jurídica. Ensaio de Pragmática da Comunicação Normativa*. 4ª E. Rio de Janeiro: Forense. 2006. P.15.

¹⁶⁴ Ibidem. P.24.

é uma norma social normativa, toda norma é coativa e apresenta sanções¹⁶⁵

Existem outras normas, ao lado das normas jurídicas, que regulam a conduta dos homens entre si, as quais também podem ser classificadas como normas sociais: conhecidas sob a designação de Moral, e a ciência que as tem por objeto é a Ética. Nas palavras de Kelsen: “Na medida em que a Justiça é uma exigência da Moral, na relação entre a Moral e o Direito está contida a relação entre a Justiça e o Direito”¹⁶⁶. Kelsen informa que quando se afirmar que a Moral, assim como o Direito, regula a conduta humana, estatutando deveres e direitos, isto é, que estabelece autoritariamente determinadas normas, a pureza do método da ciência jurídica é posta em perigo, pois já não se sabe o que é Moral e o que é Direito.

O caráter social da Moral é, por muitas vezes, posto em questão, afirmando que, além das normas morais que dispõem sobre a conduta de um homem em face de outro, existem ainda normas morais que prescrevem uma conduta do homem em face de si mesmo (como a norma que proíbe o suicídio, a coragem e a castidade), o que por si só afasta tal caráter social: “...só por causa dos efeitos que esta conduta tem sobre a comunidade é que ela se transforma, na consciência dos membros da comunidade, numa norma moral. Também os chamados deveres do homem para consigo próprio são deveres sociais”¹⁶⁷.

O Jurista não obstante negue à Moral o caráter social, na hipótese em que regula a conduta de um homem em face de si mesmo, a tem como um dever social. A concepção de que o Direito serve a regular a conduta externa e a Moral serve a regular a conduta interna é errônea, pois ambas as normas servem a regular as condutas humanas internas e externas.

(...)o conceito de moral não pode ser limitado à norma que disponha: reprime as suas inclinações, deixa de realizar os seus interesses egoísticos. Mas a verdade é que somente se o conceito de Moral for assim delimitado é que Moral e Direito se podem distinguir pela forma indicada: referir-se aquela a conduta interna ao passo que este também dispõe sobre a conduta externa¹⁶⁸

Como visto em parágrafos anteriores o que, essencialmente, distingue a Moral do Direito é que enquanto este se utiliza do caráter coercitivo para que o preceito estabelecido na norma seja cumprido, ou se torne eficaz, a ordem Moral não possui tal poder. O que o descumprimento de uma ordem ou preceito Moral faz nascer no indivíduo é o aparecimento de um sentimento de desconforto, causado pela reprovação da comunidade onde o indivíduo está

¹⁶⁵ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.25

¹⁶⁶ FERRAZ Jr., Tércio Sampaio. *A Ciência do Direito*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010

¹⁶⁷ Ibidem. P.67

¹⁶⁸ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.68

inserido. O ponto principal no estabelecimento da distinção entre Direito e Moral, segundo Kelsen, não é o estabelecimento de quais condutas as duas ordens prescrevem ou proíbem, mas como elas prescrevem ou proíbem uma determinada conduta humana. No caso do direito, a conduta humana desejada é orientada pela possibilidade de imposição de um mal, em caso de seu descumprimento. Tal mal constitui o estabelecimento da coerção, elemento este que não se mostra presente nas ordens morais¹⁶⁹.

Quando uma teoria do Direito positivo se propõe a distinguir Direito e Moral em geral e Direito e Justiça em particular, para os não confundir entre si, ela volta-se contra a concepção tradicional, tida como indiscutível pela maioria dos juristas, que pressupõe que apenas existe uma única Moral válida – que é, portanto, absoluta – da qual resulta uma Justiça absoluta. A exigência de uma separação entre Direito e Moral, Direito e Justiça, significa que a validade de uma ordem jurídica positiva é independente desta Moral absoluta, única válida, da Moral por excelência, de a Moral.

Partindo-se do raciocínio acima é correto afirmar que a eficácia da norma seria também essencial para que um “descumprimento” de norma jurídica não se torne apenas uma “consequência moral”, ou seja, se um indivíduo não se sente coagido a cumprir uma norma e, tão pouco, poder judiciário observa e aplica tal norma sua existência no ordenamento torna-se irrelevante pois, os efeitos de ‘descumpri-la’ torna-se meramente moral, um simples incomodo de ‘fazer algo sabendo que não é certo mas isso não lhe trará consequências práticas’. As normas jurídicas, como bem se sabe, correspondem ao objeto da ciência jurídica, de modo que a conduta humana, segundo Kelsen, somente se enquadra como norma jurídica se estiver determinada nestas, como pressuposto ou consequência.

Por não ser seu objeto, vale frisar que para a Teoria Pura do Direito não há relevância em como as normas são produzidas ou como deveriam ser dados que isso seria objeto da Política Jurídica. Com esse desiderato, a tarefa científica restringia-se à descrição, sem qualquer necessidade de discussões valorativas por parte dos juristas, fiel ao seu objeto e desprovido de preocupações decorrentes, por exemplo, da Justiça, em decorrência da neutralidade pressuposta. Hans Kelsen distinguia o mundo do ser, próprio das ciências naturais, do dever-ser, no qual o Direito estava situado – conforme explicado acima – e a premissa de seu pensamento era de que não existe possibilidade lógica de deduzir o ‘dever-ser do ser’, de descobrir as normas jurídicas a partir dos fatos como se faz com normas ‘naturais’, de causas naturais. O mundo da vida seria regido por leis da causalidade, enquanto o mundo do Direito

¹⁶⁹KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.68.

traria as leis da imputação. A partir desta estrutura traçada, a norma jurídica habitaria o mundo do dever-ser e obedeceria à ideia de imputação, decorrente de um comando ou mandamento. Logo, a norma jurídica traria um juízo hipotético de determinada conduta que, uma vez verificada, redundaria na aplicação da correspondente sanção¹⁷⁰.

Uma norma jurídica não vale porque tem um determinado conteúdo, quer dizer, porque o seu conteúdo pode ser deduzido pela via de um raciocínio lógico do conteúdo de uma norma fundamental pressuposta, mas porque é criada de uma forma determinada — em última análise, por uma forma fixada por uma norma fundamental pressuposta. Por isso, e somente por isso, pertence ela à ordem jurídica cujas normas são criadas de conformidade com esta norma fundamental. Por isso, todo e qualquer conteúdo pode ser Direito¹⁷¹.

A formulação das regras de reconhecimento das normas jurídicas, segue-se a aplicação hierarquizada. A estrutura do sistema estaria representada por uma pirâmide normativa, composta no vértice da Norma Fundamental, recurso lógico, pressuposto de validade de um sistema hierárquico, deduzindo-se, formalmente, a delegação da validade da norma superior. A linhagem formal ascendente é o fundamental para o reconhecimento e consequente validade formal da norma jurídica. Como já explicado acima, uma norma inferior encontra sua validade formal na norma superior e maior das normas seria a Constituição que, por sua vez, tem seu conteúdo de validade na Norma Fundamental - são meramente formais – sem vinculação valorativa ou material, não justificando o ordenamento por critérios outros que não o lógico.

A solução do problema das fontes do Direito foi resolvida mediante a implementação de uma perspectiva unificada do Direito, decorrente exclusivamente do Estado. Essa ligação entre Estado e Direito impede a introdução de qualquer pluralismo jurídico, condicionando a validade à emanção formal do Estado: a validade das normas jurídicas nasce do Estado¹⁷².

2.4. Análise hermenêutica da Lei 12.291/2010 a partir da Teoria Pura do Direito

Antes de iniciar o objeto principal deste subcapítulo vale esclarecer que, o presente trabalho busca analisar e verificar os efeitos pragmáticos da Lei 12.291/2010 e, assim, identificar sua eficácia social e não jurídica e isso será feito em duas etapas: a primeira será definida nesta subcapítulo no qual se estudará e analisará, na perspectiva da Teoria Pura do

¹⁷⁰ OLIVEIRA JUNIOR, José Alcebiades. *Teoria Jurídica e Novos Direitos*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2000. P.5-38.

¹⁷¹ Kelsen, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.210

¹⁷² Ibidem. P.345-352.

Direito os aspectos levantados como possíveis problemas já observados pela leitura da lei e, no capítulo seguinte, por meio de uma pesquisa empírica serão avaliados os efeitos práticos da referida lei para enfim alcançar resposta a um problema proposto se a norma é eficaz, se atingiu os objetivos propostos. As normas podem ter sua eficácia analisada em dois aspectos: a eficácia das normas jurídicas em relação à própria norma (Eficácia Jurídica¹⁷³) e em relação à sociedade (Eficácia Social). Eficácia social implica no efetivo respeito que a sociedade tem sobre a norma. É a capacidade que a norma tem de atingir, imediatamente, a sociedade¹⁷⁴.

Para o criador da Teoria Pura do Direito, conforme descrito acima, o que fundamenta a validade de uma norma é uma outra norma imediatamente superior, e assim por diante até se chegar à constituição, criando, assim, uma unidade sendo a Constituição Federal a última das normas hierarquicamente que, para ter validade tem sua existência fundamentada em uma norma pressuposta, a norma fundamental, sem conteúdo, que apenas impõe o dever de obedecer à constituição: Estado que é competente para tal. Tendo em vista a dinâmica do ordenamento jurídico, é possível afirmar que, para a teoria, eficaz é a norma é obedecida pelos indivíduos e/ou quando é aplicada nos tribunais, passando a compor o mundo do ser.

O direito constitucional brasileiro, nos últimos anos, passou por uma revolução profunda e silenciosa. A redemocratização do país abriu as portas para um mundo plural e efervescente. Alguns marcos desse processo de transformação virtuosa foram a conquista de efetividade pelas normas constitucionais, o reconhecimento de normatividade aos princípios e o desenvolvimento de novas ideias e categorias na interpretação constitucional. Temas como neoconstitucionalismo, pós-positivismo e argumentação jurídica, entre outros, ocupam hoje um espaço importante no debate teórico nacional¹⁷⁵

O direito é destinado a todos os indivíduos e é amparado pelo uso da força do Estado:

¹⁷³Há outras formas de classificação da eficácia quanto à sua aplicabilidade definidas por José Afonso da Silva como Eficácia Plena, contida ou Limitada mas não, para o presente trabalho importante. Para fins didáticos relevante conceituar o que vem a ser, também, a eficácia jurídica que é, em resumo, a capacidade que a norma tem de produzir efeitos jurídicos, ou seja, é a possibilidade da norma inovar o ordenamento jurídico, fazendo com que as normas conflitantes anteriores à ela sejam revogadas e as posteriores não ingressem no ordenamento. Nem toda norma tem eficácia social imediata mas toda norma tem eficácia jurídica imediata. Pelo título lançado a este trabalho é evidente que se preocupa com os efeitos pragmáticos da norma, se ela foi ou não capaz de construir o que se propôs que é ampliar o conhecimento da lei que dá garantias e direitos aos consumidores – CDC, lei 8.078/1990 – e gerar uma educação de consumo entretanto, como bem se frisa na definição de ‘eficácia jurídica’ o que se entende por esta modalidade de eficácia é que produza efeitos jurídicos capaz de alterar ordenamento jurídico e, diante do conflito evidenciado de normas, afastar a referida norma do ordenamento e não o que se propõe esta pesquisa que, apesar de bastante relevante, que gera um possível resposta ao problema proposto, ainda assim, atua em campo limitado de trabalho empírico – como se fará no próximo capítulo – e, portanto, deseja concluir se existe eficácia social da lei 12291. SILVA, José Afonso da. *Aplicabilidade das normas constitucionais*. 7ªed. 2ª tiragem. São Paulo: Malheiros, 2008. P.80-84

¹⁷⁴ SILVA, José Afonso da. *Aplicabilidade das normas constitucionais*. 7ªed. 2ª tiragem. São Paulo: Malheiros, 2008. P.80-84.

¹⁷⁵Palavras do Ministro LEITE, George Salomão. *Eficácia e Aplicabilidade das Normas Constitucionais*. Edições do Senado Federal. Brasília: Senado. 2020. P. 19.

A ordem jurídica, como ordem social, incumbe-se, portanto, em prescrever determinadas condutas pelo fato e ligar, à conduta oposta, uma sanção em sentido estrito (consequência), que é evitada pelo indivíduo. Neste contexto é possível confundir o conceito de “validade” da norma com eficácia, afinal, se não é observada pelos indivíduos, aplicada pelo poder judiciário que teria competência para tal deixa de gerar uma consequência alcançando o campo da moral e se tornando algo externo, fora do ordenamento do jurídico, fora do conceito de norma jurídica.

(...) não há posição que se apoie em princípios mais claros que a de declarar nulo o ato de uma autoridade delegada, que não esteja afinada com as determinações de quem delegou essa autoridade. Consequentemente, não será válido qualquer ato legislativo contrário à Constituição. Negar tal evidência corresponde a afirmar que o representante é superior ao representado, (...) que os delegados do povo estão acima do próprio povo, que aqueles que agem em razão de delegações de poderes estão impossibilitados de fazer não apenas o que tais poderes não autorizam, mas sobretudo o que eles proíbem¹⁷⁶

No subcapítulo dedicado ao estudo da origem e principais aspectos da Lei 12.291/2010 afirma-se que a mesma veio para “amparar” o principal componente de uma relação de consumo, a parte hipossuficiente da relação de consumo que é o consumidor - afinal ele é o destinatário final de todo produto ou serviço que se encontra no mercado - e fez isso tornando obrigatório, pelo fornecedor de serviços e produtos, em seu estabelecimento um código de defesa do consumidor partindo do pressuposto que, levando a conhecimento do “protegido” pela lei a letra da lei em si a relação ficaria mais equânime e, portanto, as partes poderiam chegar facilmente a uma solução o empasse que não chegaria a virar um conflito. Referida Lei foi editada, sancionada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicada na edição de 20 de julho de 2010 do Diário Oficial da União. A lei obriga todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços a manter um exemplar do CDC em local visível e de fácil acesso ao público. Caso o consumidor procure o Código de Defesa do Consumidor e não o encontre no estabelecimento, poderá ser aplicada multa de até R\$1.064,10 e falhas já foram apontadas no subcapítulo anterior.

O objetivo da medida é dar à população consumerista acessibilidade à norma. Se pensar que a intenção do legislador era viabilizar ao consumidor o acesso ao CDC, alguns problemas começam a surgir, por exemplo: o do estabelecimento conhece esta lei? O dono estabelecimento conhece os direitos e garantias do consumidor amparados pela lei 8.078/1990? Ele saberia explicar ao consumidor quais são estas garantias? Mas é sua a obrigação de levar este

¹⁷⁶Palavras do Ministro LEITE, George Salomão. *Eficácia e Aplicabilidade das Normas Constitucionais*. Edições do Senado Federal. Brasília: Senado. 2020 P. 18.

conhecimento ao consumidor? O consumidor está preparado para interpretar as normas do CDC? Quais os efeitos práticos disto? Estas primeiras indagações somente poderão ser respondidas através de uma pesquisa empírica, ainda que mais tímida, realizada em um determinado mercado de consumo e será objeto de estudo e análise do próximo capítulo.

Mas outras questões são levantadas a partir da edição da lei que a doutrina apenas, a partir da Teoria Pura do Direito, dos conceitos de validade, vigência e eficácia da norma podem resolver. A primeira questão é a norma tem amparo em uma norma superior? Se não observada pelos indivíduos ainda é norma jurídica e pertence ao ordenamento jurídico? A norma tem lacunas e é válida? Já foi abordado no capítulo anterior, também está descrito em seu art. 1º que a Lei 8.078/1990 tem amparo legal nos art. arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias. Portanto valida-se enquanto fundamentada em norma superior conforme fundamento de validade e a hierarquia das normas previsto por Kelsen, em especial abordado a partir do capítulo IV de seu livro e mais aprofundado nos seguintes capítulos da Dinâmica jurídica e demais. Não resta dúvida de que a Lei 12.291/2010 por sua vez veio também com fundamento em norma superior pois intimamente ligada a Lei 8.078/1990 vem amparada pelos mesmos dispositivos constitucionais, entretanto, a questão levantada acerca de “presumir a igualdade das partes” bem como atribuir ao dono do estabelecimento a obrigação de levar ao povo a educação de consumo pode colocar em risco sua validade dentro da hierarquia das normas ou da, popularmente chamada, “pirâmide” de Kelsen.

O artigo 4º, inciso IV, da Lei 8.078/1990 elenca como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres sem, contudo, definir o que seria educação de consumo o que coube à doutrina fazer o que também já foi tratado no capítulo anterior:

A educação e informação de fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres é objeto do inciso IV do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor. A educação formal, no caso, deve iniciar desde os primeiros passos da criança nas escolas, até porque, como sempre fazemos questão de assinalar, os direitos do consumidor são uma face dos próprios direitos da cidadania. Não que deve existir, necessariamente, uma disciplina específica para tanto. Basta a preocupação de professores ao embutirem nos conteúdos curriculares de disciplinas como a matemática, por exemplo, a matéria de cálculo de juros e percentuais; em ciências, a preocupação com a qualidade dos alimentos, prazos de validade, a responsabilidade pelo consumo sustentável etc. no que diz respeito à educação informal, devem ser objeto de preocupação não apenas dos órgãos de defesa e proteção ao consumidor, bem como entidades não governamentais, como também dos meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornais, revistas, sites na Internet etc.). Quanto à informação, cremos que devam ser objeto das comunicações de modo geral, feitas

pelas entidades governamentais ou não governamentais, tudo com vistas à melhoria do mercado de consumo¹⁷⁷

Precioso relembrar a definição e o direito à educação sobre os direitos e deveres inerentes à relação de consumo dividida em educação formal e informal, sendo a primeira é reservada ao ensino da criança e do adolescente, com a inclusão da disciplina, de forma isolada ou não e a segunda, reservada aos órgãos de defesa e proteção do consumidor e dos meios de comunicação esta última alcançando poucos consumidores e a primeira pouco falada dentro do Brasil. Não resta dúvidas de que, em ambas as modalidades de educação de consumo o dever de informar sobre os direitos e deveres dos consumidores e dos fornecedores é do Estado.

Ocorre que, de acordo com a teoria pura do direito a norma também pode auferir poder e assim o fez neste caso, atribuindo ao fornecedor de serviços e produtos o poder de levar ao consumidor uma educação de consumo, correto? Não, quando Hans Kelsen atribuiu este conceito à norma este queria fazer referência ao Estado na função de tribunal, como normas de competência que dará a este enquanto proferir uma decisão jurídica a competência de chegar ao caso extremo de um último processo judicial como em si, ou seja, conferir validade a uma decisão judicial tal qual uma norma e isso não pode ser alcançado por um estabelecimento comercial na pessoa de seu proprietário. Neste sentido a norma não alcança validade.¹⁷⁸ Ainda nos termos do art. 6º, VIII da Lei 8.078/1990 com fundamento no art. 5º, inciso XXXII da Constituição Federal o consumidor é parte hipossuficiente e a igualdade não pode ser presumida pela lei infraconstitucional de forma que não busca amparo esta norma inferior e norma hierarquicamente superior, mais precisamente, desrespeita a norma máxima que é a Constituição Federal e, mais uma vez, deixa de obter a validade jurídica.

Não há como não apontar algumas falhas ou lacunas existentes na lei 12.291/2010. A lei, ao tornar obrigatório a disponibilidade de código de defesa do consumidor em local de fácil visualização em estabelecimento comercial, não identifica esta forma de disponibilização: se física, um exemplar impresso, ou virtual, disponibilizado em mídia. Fica claro que, partindo-se do princípio de que “o que não é proibido é permitido”, resta à opção, para proprietários dos estabelecimentos do ramo do comércio ou que sirvam à prestação de serviços tenha à disposição do público uma versão eletrônica em algum microcomputador, notebook ou até em um netbook. O Poder público também fornecedor ou prestador de serviços e ele está vinculado

¹⁷⁷ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6.ed.rev.atual.e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011. P.36

¹⁷⁸Ibidem.

à Lei? Não havendo exceções na lei, entende-se que sim e, portanto, pode ser multado se não observada a obrigatoriedade imposta.

Ainda, a lei estabelece multa aplicável pela não observância dela, mas, deixa de indicar qual seria autoridade que teria, no âmbito de suas atribuições, capacidade para aplicação da multa nos casos de descumprimento da norma. Esta ausência de especificação de autoridade para mensuração e aplicação de multa pode gerar inúmeros problemas, especialmente no que diz respeito a quem se depositará o valor arbitrado, ou como será abordada, conforme suscitado acima, a questão da literalidade da lei em contraposição à prática mas, até ordem contrária, tem-se entendido por válida qualquer autoridade como órgãos de proteção ao consumidor, ministério público do consumidor, delegado ou, até mesmo, próprio consumidor diante de flagrante desde que comunicado autoridade competente para ratificar o ato flagrante.

No que se refere à lacuna Kelsen obteve solução de que “O que não é juridicamente proibido é juridicamente permitido”, ou seja, não existe lacuna alguma na lei, o que há são permissões normativas deduzidas do fato de inexistirem normas proibitivas sobre determinadas condutas. Se uma conduta não estiver proibida então ela está permitida, neste sentido está o princípio-fundamentação da plenitude lógica do ordenamento jurídico já que a norma jurídica trabalha com três valores lógicos: proibido, permitido e obrigatório. Se uma conduta não está proibida pelo ordenamento jurídico não está prescrita como obrigatório, então ela é permitida. Não existe lacuna alguma. Se a lei não mencionou, até mesmo pela dinâmica da norma, é sim suprida a obrigatoriedade de se ter um exemplar do código de defesa do consumidor por uma versão on line em local de fácil acesso e está correto o entendimento de que qualquer autoridade com competência para fiscalização e aplicação da multa¹⁷⁹.

Para finalizar, é importante destacar também três pontos específicos da argumentação jurídica em Kelsen, que são os modos através dos quais a teoria pura encaminha soluções para as questões das: a) lacunas, b) contradições entre normas igualmente válidas e c) conflito de interesses não proibidos. Decidimos inserir essas questões no âmbito da argumentação jurídica porque a solução desses três problemas não é, na teoria pura do direito, uma questão de interpretação, tampouco de decisão, mas sim uma questão da própria dinâmica do direito (em oposição à estática). E é exatamente nessa dinâmica que nós encontramos os índices da argumentação jurídica que Kelsen desenvolve para justificar, de antemão, a operacionalidade lógica – formal da decisão jurídica¹⁸⁰

Outro ponto que requer atenção é quanto a interpretação “única” que se espera da Lei

¹⁷⁹ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.213-270.

¹⁸⁰ SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.215.

8.078/1990. Nos termos do artigo 6º, III da Lei, a educação e clareza do empresário ou prestador de serviços devem ser observados, mas, não se esqueça que a interpretação dada à norma leva consigo fatores externos e um deles é o interesse do fornecedor, suas convicções, ideologias, políticas e outros motivadores que lhe afasta a imparcialidade. A interpretação da lei do ponto de vista deste fornecedor de serviços e produtos pode ser conflitante com a interpretação do consumidor e sobre esta ótima não houve abordagem ou solução previa descrita na Lei 12.291/10 que, limita-se, na imposição, na obrigação de se disponibilizar, em local de fácil acesso, o exemplar da lei. Pode-se notar aí um possível conflito de interesse não proibidos pelo direito; o interesse de alguém leva a uma interpretação que atinge o interesse o direito do outro sendo que nenhuma das soluções propostas que gera um ato está proibido por lei. Neste sentido é que entra ‘a ordem jurídica’ podendo atribuir ‘ao tribunal’ a competência para, diante de uma situação desta utilizar a equidade ou outros valores exteriores ao direito para criar “uma norma jurídica individual cujo conteúdo não é de nenhum modo predeterminado por uma norma geral de direito material criada por via legislativa ou consuetudinária”.¹⁸¹

Incontroverso que, a obrigação de educação e solução nas divergências de interpretação deve partir do poder público e dos profissionais qualificados - operadores e aplicadores do direito -, que estudaram para saber interpretar e melhor aplicar a Lei a cada caso concreto e não dos representantes dos estabelecimentos comerciais ou de prestação de serviços, que não estudaram e nem se prepararam para interpretar as Leis do Direito. Injusto delegar esta tarefa aos empresários e prestadores de serviços. O tribunal aplica “a norma jurídica que confere ao tribunal poder para esta criação de direito material”¹⁸² e não o cidadão, a parte de um negócio.

Quanto a alguns aspectos é provável a percepção de que, em uma visão hermenêutica, a lei 12.291/2010 poderia até mesmo carecer de validade prática, mas ainda assim, apenas por uma visão teórica não se alcança resposta ao principal problema: possui eficácia social? Até porque de uma visão fria – disponibilizar a lei em todo estabelecimento facilita o acesso - haveria juristas que defendessem a existência de um mínimo de eficácia, portanto, a resposta só poderá ser obtida, a partir de uma pesquisa empírica a ser analisada no próximo capítulo.

¹⁸¹KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 6ª.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003. P271 apud SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.218.

¹⁸² Ibidem.

3. A PESQUISA EMPÍRICA: UMA ANÁLISE DOS EFEITOS PRAGMATÍCOS DA LEI 12.291/2010

Como, de fato, não experimentar um sentimento de inquietação no momento de tomar públicas conversas privadas, confidências recolhidas numa relação de confiança que só se pode estabelecer na relação entre duas pessoas? Sem dúvida, todos os nossos interlocutores aceitaram confiar-nos o uso que seria feito de seus depoimentos. Mas jamais houve um contrato tão carregado de exigências tácitas como um contrato de confiança. Devíamos, pois, cuidar primeiramente de proteger aqueles que em nós confiaram (especialmente mudando, muitas vezes, as indicações, tais como nomes de lugares ou de pessoas que pudessem permitir sua identificação); mas convinha também, e acima de tudo, procurar colocá-los ao abrigo dos perigos aos quais nós exporíamos suas palavras, abandonando-as, sem proteção, aos desvios de sentido.

(...)

A intervenção do analista é tão difícil quanto necessária: ela deve ao mesmo tempo declarar-se sem a menor dissimulação e trabalhar sem cessar para fazer-se esquecer.
(Pierre Bourdieu)¹⁸³

Eficácia e aplicabilidade das normas dialogam intensamente com a atividade parlamentar. Tanto em razão da atualidade do conteúdo que veicula quanto do resgate que faz de uma preocupação que há muito ambienta a arena legislativa: a ligação entre as legislações vigentes e as necessidades, momento histórico da sociedade. Há, no ordenamento jurídico, normas que, embora dotadas de validade, ainda conformam promessas quando contrastadas com a realidade não dotadas de nenhuma eficácia social. E lhes dar eficácia plena tem sido a preocupação de todo legislador e, especialmente, dos juristas de alguns senadores há anos. A lei 12.291/2010 é, originalmente, o projeto de Lei 4686/2001, proposto pelo Deputado Luiz Bittencourt deputado de Goiania-Go, em 16 de maio de 2001 sob a argumentação de que a proteção ao consumidor, a lei que lhes concedia direitos e garantias ainda padecia de efetividade plena ante a inexistência de políticas públicas que lhe desse suporte seja para levar estes direitos ao conhecimento do povo, seja para dar ao povo uma educação de consumo, essencial e previsto em lei.

Preocupado em torná-los realidade, o deputado defendia a urgência de “dar sentido ao mandamento constitucional do art. 5º, XXXII e outros da Constituição Federal que coloca como direito fundamento” a proteção e amparo ao consumidor, além da necessidade de educação de consumo prevista no art. 225 do mesmo diploma. E não poderia ser mais prudente: como o direito amparado tem status de direito fundamental e, por isso, merece e exige plena eficácia, quando o Estado se omite ou se mostra ineficiente na prestação desse direito, torna-se necessária a atuação do Judiciário+- e não é incorreto afirmar que a instabilidade institucional

¹⁸³ BOURDIEU, Pierre (Coord.). *A Miséria do Mundo*. 7.ed. Tradução Mateus S. Soares Azevedo et al. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 9.

ameaça o Estado Democrático de Direito e causa certa insegurança jurídica. No que se refere à preocupação de um ordenamento jurídico dotado de normas eficazes:

Claro que também é o não legislar uma prerrogativa do Congresso Nacional. Quando o Congresso tem um projeto e deixa, de uma certa forma, dormitando em algumas comissões ou mesmo na Mesa Diretora, foi porque, na reunião de Líderes, não havia consenso ainda. Isso é parte, é prerrogativa do Congresso Nacional.

Mas essa inércia tem limite. Ela tem limite constitucional, quando a própria Constituição diz, ou quando disse a Assembleia Nacional Constituinte que a matéria, o artigo, o dispositivo constitucional, para ter eficácia plena, depende de lei complementar ou lei ordinária. E nós temos 30 anos de Constituição Federal, e ainda não conseguimos trazer para o texto infraconstitucional a regulamentação, de forma a termos uma Constituição, naquele dispositivo, atuante, numa eficácia plena.

Neste momento específico, não sei até que ponto a nossa omissão é uma prerrogativa. Acredito até eu que não, que é um dever do Congresso Nacional legislar. Mas eu gostaria de deixar claro para a sociedade: o tempo da política é diferente do tempo da Justiça. É importante que questões políticas — dou exemplo da pauta dos costumes — sejam tratadas pelo Congresso Nacional.

Ainda que demore, nós temos que ter a iniciativa. Mas temos que ter o nosso tempo, que é o tempo das ruas, é o tempo da sociedade.¹⁸⁴

Neste sentido justifica-se a presente pesquisa jurídica que, de forma sistematizada e controlada por um método científico com o objetivo de responder problema levantado, passou a estudar os efeitos pragmáticos da lei 12.291/2010. A indicada lei foi publicada em 21 de julho de 2010m 21 de julho de 2010 tornando obrigatória, por todo país, a manutenção em local visível e de fácil acesso ao público, em estabelecimentos comerciais e prestação de serviços, um exemplar do CDC- Código de Defesa do Consumidor (lei 8.078/90). A Lei 12.291/2010 nasceu para suprir uma falta de política pública, levando as garantias e proteções do Código de Defesa do Consumidor aos consumidores e gerar uma educação de consumo para atingir sua eficácia.

O desafio é saber se a referida Lei é capaz de gerar algum efeito prático na vida dos consumidores justificando a presente pesquisa, dividida em duas etapas; a primeira teórica que busca, a partir de Hans Kelsen e sua teoria pura do direito identificar pontos possivelmente problema problemáticos da lei e, na segunda etapa, desenvolvida neste capítulo é, partindo do método qualitativo passou a desenvolver um trabalho de campo, em um das principais ruas de comercio, Rua Bom Jesus, na cidade de Pouso Alegre-MG durante 3 dias de pesquisas onde foram entrevistados cerca de 60 pessoas entre fornecedores de produtos e serviços e consumidores, entrevistas físicas com troca de informações e resposta de questionários objetivos.

¹⁸⁴ Registro oral feito em 20 de fevereiro de 2019 pela senadora Simone Tebet, presidente da Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania do Senado Federal. Discurso disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/454941> . Acesso em: 18 de Outubro 2020

Nos subcapítulos abaixo será detalhada a pesquisa, metodologia aplicada e como se desenvolveu além de se analisar cada pergunta direcionada e como cada uma delas contribuiu à esta pesquisa. A submissão da presente ao comitê de ética da UNIVAS pela Plataforma Brasil, a necessidade de se entregar e assinar o TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento, comentários e considerações, liberação justificada do TALE – Termo de Assentimento Livre e Esclarecimento e parecer de aprovação e liberação. Encerra-se o presente com a apresentação dos dados coletados e uma discussão quanto ao mesmo para se expor os resultados.

3.1. A Pesquisa: Metodologia Aplicada

A pesquisa “(...) é um procedimento formal, com método de pensamento reflexivo, que requer tratamento científico e se constitui no caminho para conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais”¹⁸⁵, ou “(...) pesquisa é o procedimento prático de produção de conhecimento (...)”. Sempre que se faz uma pesquisa, analisa, compreende-se os dados utilizados para responder a um questionamento, e essa análise e interpretação levam em consideração todo o arcabouço cultural, religioso, moral, ideológico e político que a sua volta inclusive do pesquisador motivo pelo qual o primeiro desafio de um pesquisador deve ser afastar suas próprias ideologias, opiniões.

A neutralidade que se afirmava no positivismo, o afastar de fatores externos, alheios ao objeto da pesquisa, critérios característicos da Teoria Pura do Direito também é um desafio na pesquisa, ao pesquisador: “(...) pesquisa é o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”¹⁸⁶. Esta pesquisa atuou por meio da metodológica qualitativa quanto a formação, validade e eficácia social da norma jurídica a partir da análise bibliográfica em um primeiro momento e empírica - em complemento - entre empresários, prestadores de serviços e consumidores de uma das principais e mais movimentadas rua do comércio da cidade de Pouso Alegre – MG, que é a Rua Bom Jesus na cidade. O Projeto de pesquisa foi submetido à Plataforma Brasil¹⁸⁷ para análise e aprovação para análise e aprovação pela comissão de ética da Univas sendo dispensado TALE – Termo de Assentimento Livre e Esclarecimento pois a abordagem dos entrevistados seria na rua pública, explicado objetivo e riscos das pesquisas e, sendo aceito, participar repassado

¹⁸⁵ LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica* 1.5. ed. - São Paulo : Atlas 2003.P.155.

¹⁸⁶ GIL. Antnio Carlos. *Como elaborar um projeto de Pesquisa*. 4ª Ed. São Paulo: Atlas. 2002. P17.

¹⁸⁷ <http://plataformabrasil.saude.gov.br>

questionário e TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento para colher respostas e assinatura¹⁸⁸.

Recomendações:

O trabalho não necessita termo de Assentimento , principalmente para os comerciantes .

Termo de Assentimento Livre e Esclarecido – TALE – documento elaborado em linguagem acessível para os menores ou para os legalmente incapazes, por meio do qual, após os participantes da pesquisa serem devidamente esclarecidos, explicitarão sua anuência em participar da pesquisa, sem prejuízo do consentimento de seus responsáveis legais; Portanto, o Termo de Assentimento deverá ser um novo documento e deve ser confeccionado separadamente do TCLE, de modo a apresentar o Estudo para os menores de idade, com informações em linguagem acessível e de acordo com as faixas etárias destas crianças/adolescentes. Os pais/responsáveis assinarão o TCLE, consentindo pelos menores de idade. Os menores de idade assinarão o Termo de Assentimento, garantindo que também estão cientes que participarão de um estudo e que receberam todas as informações necessárias, de acordo com a compreensão da faixa etária.

A pesquisa foi considerada oportuna pois explora tema atual com grande relevância social. A Faculdade de Direito do Sul de Minas foi indicada como proponente e a folha de rosto assinada pela pesquisadora e pelo representante da proponente Dr. Edson Vieira da Silva Filho em 23 de novembro de 2020. Para o desenvolvimento dessa investigação proposta, foi utilizado método abordagem qualitativa realizada por meio de um estudo, inicialmente, teórico e, em uma segunda etapa por pesquisa de campo, de caráter exploratório e descritivo, tomando como lócus de pesquisa o comércio com lojas com portas para rua Bom Jesus da Cidade de Pouso Alegre – MG e consumidores desta mesma cidade, como instrumento de coleta de dados a pesquisa documental.

Além de qualitativa e empírica é, a presente, uma pesquisa exploratória pois, ao serem abordadas o tema da pesquisa era explicado e uma breve entrevista, observados critérios, métodos e técnicas para a elaboração de uma pesquisa neste sentido e um trabalho para oferecer informações sobre o objeto desta e orientar a formulação de hipóteses. ¹⁸⁹Contém um estudo

¹⁸⁸ A figura foi retirada do parecer consubstanciado do CEP- Comissão de Ética e Pesquisa. CAAE 36111220.1.0000.5102 (CAAE - Certificado de Apresentação de Apreciação Ética) Número do Parecer: 4.472.107. Relevante esclarecer que a pesquisa seria realizada na rua e direcionada a pessoas hipersuficientes, esclarecidas e isso seria suficiente para justificar a aplicação da mesma sem necessidade de análise e aprovação da comissão de ética, entretanto, sendo mais preciso e rigoroso seguindo diretrizes acadêmica o trabalho foi desenvolvido sob amparo e aprovação da comissão de ética.

¹⁸⁹ A pesquisa exploratória é uma metodologia que costuma envolver: levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. GIL. Antpnio Carlos. *Como elaborar um projeto de Pesquisa*. 4ª Ed. São Paulo: Atlas. 2002. p. 20.

descritivo¹⁹⁰, agindo a pesquisadora com imparcialidade e sem aprofundar no conteúdo, buscando descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade. Pode, ainda, estabelecer relações entre as variáveis e, neste caso, denomina-se estudo descritivo e correlacional. A pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles, assim, os fenômenos no mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador¹⁹¹.

A entrevista, iniciada com uma conversa de explicação completa da pesquisa e do que é a Lei 12.291/2010, foi documentada por meio de questionário das condutas frente aos princípios deontológicos descritos no código, sobre as vedações de conduta e os instrumentos de controle, destacando o papel da comissão de ética. O estudo foi realizado entre alguns comércios de produtos de consumo duráveis e não duráveis, com lojas de porta direto para rua, em especial a Rua Bom Jesus de Pouso Alegre que tem grande movimento e circulação de empresários e consumidores, excluindo-se aqueles de sede em shoppings e galerias, bem como consumidores selecionados na cidade de Pouso Alegre/MG.

A cidade onde a pesquisa ocorreu é uma cidade de interior, no Sul do Estado de Minas Gerais com, aproximadamente, 130.215 mil habitantes e possui alguns polos comerciais, um deles é a rua eleita para pesquisa, a Rua Bom Jesus, que fica no coração da cidade e tem cerca 27 estabelecimentos em atividade com portas voltada para Rua além de outros estabelecimentos diversos -como algumas lanchonetes, restaurante, farmácia – que fogem do objeto da pesquisa. É frequentada por vários consumidores e, mesmo em um período de maior restrição devido à Pandemia COVID-19, foi possível contabilizar por cerca de 2 horas de observação um fluxo médio de 60 consumidores que passavam pelos estabelecimentos em período de 4 horas de observação e assim, tendo em vista a recusa de muitos até para evitar contágio – recusa que é uma causa excludente para entrevistado – foi necessário repetir a pesquisa por cerca de 3 dias diferentes¹⁹².

Como critérios de exclusão para os participantes da pesquisa destaca-se o fato de que, foi observado que os estabelecimentos em shopping ou condomínios e galerias não observam muito outras normas senão aquelas designadas por convenção coletiva ou norma coletiva predial e, assim, a pesquisa poderia colher um número de respostas contaminadas por uma única

¹⁹⁰ Na pesquisa descritiva realiza-se o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. São exemplos de pesquisa descritiva as pesquisas mercadológicas e de opinião. BARROS, Aidil Jesus da Silveira. LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. *Fundamentos da Metodologia Científica*. 3ª Ed. Campinas: Pearson Universidades. 2007. P.22-26.

¹⁹¹ Ibidem.

¹⁹² <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pouso-alegre/panorama>

legislação interna e privada ou, até mesmo, obter uma resistência, uma recusa em massa de se colocar como entrevistados e responder o questionário e observados ainda que, diante das normas de restrição de acesso pela pandemia do COVID-19 e até mesmo o fato de ser fornecer produtos de consumo imediato ou restritos por receituários médicos e conveniências pessoais, excluindo farmácias, lanchonetes e restaurantes . Consumidores que fossem menores de idade, portanto sem capacidade civil plena e que não concordassem ou não entendessem a pesquisa foram excluídos.

Neste sentido como critério e inclusão adotou-se por procurar empresários e estabelecimentos comerciais em atividade com sede em ruas de atendimento direito ao público e, como já explicado, visto as dificuldades atuais de contato e restrições pela COVID – 19, quantidade de estabelecimentos com comercio na porta de rua e acessibilidade, a pesquisa foi direcionada a um das mais movimentadas ruas do comercio local, Rua Bom Jesus de Pouso Alegre, e abordados selecionados aqueles que concordaram em participar da pesquisa assinando o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e o questionário com 7 perguntas objetivos e espaço para preenchimento de dados pessoais e assinatura.

Os empresários, proprietários de estabelecimentos, eram abordados na própria Rua até mesmo pela restrição de muitos ao acesso interno visto últimos decretos municipais de medidas sanitárias e de segurança durante a pandemia. Da mesma forma, nas ruas, eram abordados os consumidores, moradores ou não da cidade, mas que pela Rua Bom Jesus de Pouso Alegre – MG transitavam em compras ou qualquer outra necessidade. Aos consumidores, de igual forma, a pesquisa era explicada em detalhes, esclarecidos os riscos possíveis, ainda que mínimo, o objetivo da pesquisa, o que era a lei 12.291/2010 e, concordando, lhes era repassado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) para assinatura e o questionário com 5 perguntas para preenchimento, de próprio punho, dos dados pessoais, assinatura e respostas objetivas.

Um pré-teste foi aplicado com 5 consumidores aleatórios da cidade de pouso alegre e, em qualquer ponto da mesma, bem como com 5 proprietários de estabelecimentos sendo analisado a viabilidade das perguntas e dos resultados. No pré-teste os selecionados foram entrevistados, explicado objeto e objetivo da pesquisa, além dos possíveis riscos que, embora mínimos, poderiam causar algum tipo de constrangimento. Em respeito à nova lei de proteção de dados, informado aos mesmos que seus dados seriam mantidos em sigilo e utilizados apenas para fins acadêmicos. Algumas perguntas que, a princípio pareciam relevantes foram desconsideradas em mantidas apenas 7 (sete) questões objetivas aos proprietários de estabelecimento comercial e 5 (cinco) questões objetivas aos consumidores cuja pertinência se explicará, de forma detalhada em subcapítulos abaixo, todas as questões montadas através de

um roteiro de entrevista semiestruturado e o discurso de explicação e abordagem.

Os dados coletados foram analisados através da Técnica de análise de Laurence Baldin em sua obra *Análise de conteúdo*¹⁹³ – análise de conteúdo, tendo em vista que, a finalidade deste método é obter de forma sistemática, com informações que permitam a realização de inferências acerca do objeto de estudo. Observada ética e decoro, o estudo seguiu as determinações da Resolução nº 466, de 12/12/2012, que dispõe sobre a definição dos procedimentos éticos para pesquisa em seres humanos – esclarecendo que a presente não envolve coleta de DNA ou qualquer outra amostra humana utilizando a resolução por analogia – e, ao final, submetido ao Comitê de Ética e Pesquisa e após autorização será iniciada a Pesquisa.

3.2. A pesquisa Empírica

O Direito do Consumidor está presente no ordenamento jurídico brasileiro por uma determinação constitucional. O Código de Defesa do Consumidor é norma de ordem pública que contém normas de direito material, processual, administrativo e penal. No artigo 4, II, do CDC, o legislador insere como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo o direito à informação e educação - temas debatidos neste trabalho em capítulos anteriores – e, para tentar suprir esta necessidade é que nasceu o projeto proposto em 2001 e validado como lei em 2010 nasceu a Lei 12.291 de 20 de julho de 2010. Esta lei obriga o empresário ou o prestador de serviços a manter um exemplar do CDC à disposição do consumidor e objetivo desta pesquisa é, através de entrevista, neste caso, considerada estruturada com perguntas idênticas as partes da relação de consumo, compreender se a lei foi eficaz e é capaz de gerar algum efeito prático na vida dos consumidores, em especial.

A primeira preocupação foi “tratar os desiguais de forma desigual”, ou seja, a pesquisa teve por pressuposto uma abordagem e perguntas objetivas diferenciadas entre os sujeitos, ou seja, entre consumidor e prestador de serviços. Não resta dúvida de que a determinação constitucional, mais precisamente, a previsão dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias, visam amparar, dar proteção à parte hipossuficiente, ou seja, a proteção é do consumidor e não do fornecedor de serviços e produtos. Para fortalecer e viabilizar a pesquisa, entretanto, é essencial observar a forma como um e como outro se relacionam com o código de defesa do consumidor observando a definição de consumidor do art. 2º, o equiparado no parágrafo único e a definição de fornecedor do art.

¹⁹³ BALDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977, formato digital. P. 8

3º ambos da Lei 8.078/1990 quais sejam:

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

A pesquisa seguiu uma entrevista estruturada, apesar de não haver um roteiro fixo, contou com questões predefinidas, podendo ser adaptável conforme o rumo do diálogo. Desta forma, foi capaz de oferecer dados importantes ao recrutador, como informações qualitativas das questões coletadas. Esse modelo utiliza alguns tópicos genéricos, como perguntas pessoais, abrangendo dia a dia do entrevistado dentro de hábitos de consumo ou de atendimento e funcionamento do estabelecimento comercial, seguimento que foi regra embora não seja um requisito já que a pergunta era ser feita, explicada de forma a possibilitar resposta imparcial e dados coerentes, deixando o entrevistado se sentir à vontade. A conversa fluía de forma mais natural possível¹⁹⁴.

Foi considerado, para escolha do local da pesquisa que seria uma rua do comércio da cidade de Pouso Alegre, observando um número considerável de estabelecimentos locais. A preferência por estabelecimento únicos e de cidadãos pouso alegreense ocorreu partindo do raciocínio de que, grandes redes ou filiais, tem uma estrutura jurídica especializada, regras, critérios de tratamentos das relações comerciais já predefinidos. Neste sentido a escolha de estabelecimentos únicos e locais poderiam evitar que, munidos de uma grande estrutura jurídica, sem de contato com consumidor, a probabilidade de respostas sinceras e espontâneas fossem mais fáceis. (que pudesse gerar um falso resultado na pesquisa).

A rua Bom Jesus tem cerca de 82 estabelecimentos registrados nas juntas comerciais sendo que destes, considerados alteração de endereço sem baixa, fechamento, atividades que não envolvem atendimento ao público - 46 são estabelecimentos comerciais com atendimento direto ao público e portas voltadas à rua; são 27 estabelecimentos comerciais ou prestadores de serviço com sede cuja porta volta-se para rua, liberados e em plena atividade durante o período da entrevista que foi da última semana de Novembro de 2020 a primeira semana de Janeiro de 2021 – devido à pandemia do COVID – 19 muitos estabelecimentos não retomaram

¹⁹⁴ BALDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977 , formato digital. P.12.

suas atividades direcionadas ao público, tão somente em delivery ou serviços aleatórios - e destas 27 em plena atividade, pelo menos 20 delas concordaram com a entrevista e foram entrevistados lançando dados para pesquisa conformados dados que serão apresentados¹⁹⁵. A Rua Bom Jesus, uma das principais ruas de comércio local na cidade de Pouso Alegre – MG, sem grandes redes de lojas (tais como Magazine Luiza, americanas, etc), com alto fluxo de consumidores e áreas de atuação bastante diversificadas - desde moda e roupas à materiais de construção e produtos médicos – possibilitando, portanto, um público-alvo de variadas idades, formação acadêmica e classe econômica.

Os donos de estabelecimentos foram selecionados tendo o endereço de desenvolvimento de suas atividades como diferencial, eleitos aqueles cujos estabelecimentos tinham sede na Rua Bom Jesus da cidade de Pouso Alegre da seguinte forma: a pesquisadora ia até o estabelecimento e, antes de mesmo de entrar – naqueles cuja entrada era permitido visto às restrições de pandemia – iniciava a conversa e apresentação e, concordando com a pesquisa a mesma era formalizada e concluída. Os consumidores eram aqueles que deixavam os estabelecimentos abordados ou, até mesmo, aproximavam para entrar ou para alguma compra na porta seguindo a mesma sistemática de abordagem para ambos.

A pesquisa a ser realizada com os consumidores foi realizada após a primeira abordagem dos empresários que já haviam assinado TCLE e, um outro critério foi analisado, que seria o comparecimento naqueles estabelecimentos participantes. O questionário não era ligado à relação entre o empresário e consumidor entrevistado, mas relacionado a qualquer experiência em um período indiscriminado, entretanto, sendo a abordagem direto na rua e sendo essencial ter uma noção de quantidade de possíveis entrevistados foram abordados consumidores que estavam nos estabelecimentos comerciais entrevistados ou nas proximidades dele. O fluxo de consumidores que frequentaram os estabelecimentos entrevistados foi observado e quantificado em cada um dos dias de entrevista sendo este de, pelo menos, 2 para cada estabelecimento. Pelo menos 70 consumidores foram abordados e convidados a participarem da pesquisa, mas com muita dificuldade de aceitação. As pessoas estavam em intervalos de trabalho ou com compromissos agendados não sendo receptivos, a princípio, para participar da pesquisa. Obteve-se êxito e entrevistar, pelo menos, 40 consumidores. A idade dos consumidores era variada sendo único critério de referência ser maior de 18 anos.

Definidos os entrevistados, definida a rua onde se realizaria a pesquisa, eram abordados na Rua Bom Jesus, uma das principais ruas de comércio local na cidade de Pouso Alegre – MG,

¹⁹⁵ Disponível em <https://guiafacil.com/endereco/rua-bom-jesus/pouso-alegre/mg/> visualizado em 20/11/2020.

sem grandes redes de lojas (tais como Magazine Luiza, Americanas, etc.), com alto fluxo de consumidores e áreas de atuação bastante diversificadas - desde moda e roupas à materiais de construção e produtos médicos – possibilitando, portanto, um público alvo de variadas idades, formação acadêmica e classe econômica. Toda entrevista era realizada em rua pública e não dentro de estabelecimentos ou casas pois, desta forma, a abordagem seria mais natural e sem combinação prévia permitindo uma resposta livre de pesquisas e fatores externos que pudesse gerar um resultado vicioso, improvável. A pesquisa se dividiu em dias diferentes pois, visto protocolos de segurança local contra COVID-19, um contato do pesquisador com alto número de pessoas podia gerar riscos e, ainda, sendo abordagem em rua o número de participantes com tempo e disposição para uma entrevista ficou bastante reduzido, em especial, ao quanto ao grupo de consumidores: muitos recusaram a pesquisa por alegar falta de tempo para uma conversa e respostas. Os meses da pesquisa foram de final de novembro de 2020 a primeira semana de janeiro de 2021.

O trabalho passou a desenvolver da seguinte forma: abordado, a princípio, o empresário na porta de seu estabelecimento a entrevista tinha início com a apresentação da pesquisadora¹⁹⁶ Esta escolha de apresentar-se antes de apresentar o projeto tornava a conversa mais segura e prazerosa criando uma certa confiança do entrevistado à pesquisadora e abrindo espaço para apresentar sua pesquisa. Foi explicado ao entrevistado que a pesquisa era desenvolvida como parte de uma dissertação do Mestrado em Direito Constitucional sendo Instituição proponente a Faculdade de Direito do Sul de Minas sob orientação do Professor Doutor Elias Kallás Filho e o tema a ser pesquisado era a Lei 12.291/2010 que é a lei que tornou obrigatório a todo estabelecimento manter, em local de fácil acesso, um exemplar do código de defesa do consumidor.

Dando continuidade à entrevista era perguntado ao entrevistado se este poderia, se concordaria em participar da entrevista e sendo positiva a resposta era entregue o Termo de consentimento e o questionário com, 7 (sete) perguntas objetivas para os donos de estabelecimento e 5 (cinco) perguntas aos consumidores. Na entrevista, seja ela semiestruturada ou estruturada, é fundamental respeitar o tempo do candidato. Dessa forma, a entrevistadora manteve um diálogo com o entrevistado. Isso permitiu maior flexibilidade para aprofundar ou confirmar determinadas informações apresentadas como dados pessoais, experiências vividas e hábitos de consumo que podiam apontar se o questionário seria preenchido com sinceridade. As principais características desta entrevista foram: a possibilidade de usar mas com pouco

¹⁹⁶ Nome completo, idade, formação acadêmica e um pouco de sua história dentro da cidade de Pouso Alegre – o que faz, quanto tempo é moradora - .

improvisado sendo necessário houve mudança no tempo da entrevista para esclarecer questões ao entrevistado, moldando-a para despertar maior interesse do entrevistado; não foi usado nesta pesquisa combinação de perguntas abertas e fechadas mas somente questões fechadas direcionadas de forma idêntica aos dois grupos de entrevistados; as perguntas possuem duas questões bases predeterminadas para cada questionário e seguiu-se modelo informal de abordagem para entrevista, parecido com uma conversa; para ilustrar a pesquisa, em alguns momentos, foi utilizado recursos visuais pois, em alguns estabelecimentos que tinham placa indicando existência do código de defesa do consumidor foi apontado para facilitar a pesquisa. A finalidade era deixar o entrevistado o mais confortável possível.

3.2.1 Metodologia de Análise de Dados e Formação do Discurso do Sujeito Coletivo

Para realização da análise das entrevistas foi utilizada a metodologia de abordagem quanti-qualitativa do Discurso do Sujeito Coletivo¹⁹⁷. Essa variável empírica foi aplicada com o intuito de expressar, em primeira pessoa, as várias respostas obtidas pelas pessoas entrevistadas dentro dos critérios escolhido – ainda que as respostas tenham sido obtidas por um questionário fechado, há variação considerável que requer uma técnica para, somente assim, obter uma resposta geral, predominante e aplicável em 1ª pessoa -. Através das técnicas e procedimentos metodológicos específicos foi possível a sistematização das respostas individuais de cada um dos participantes e construído a resposta predominante que, sistematizadas, possibilitou o discurso coletivo referente a resposta predominante em cada um dos questionários. A fim de dar compreensão ao que foi gradativamente realizado na construção do discurso coletivo referente ao conhecimento da lei 8.078/1990, facilidade de acesso e compreensão e, a partir destes identificar uma formação de educação de consumo. Feito isso permite-se repassar ao outro ponto e principal de debate: conhecimento da lei 12.291/2010. Será necessário introduzir, nesta altura, o conceito da metodologia utilizada, bem como especificar seus estágios metodológicos de acordo com o que foi desenvolvido pelo pesquisador.

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) compreende um procedimento de construção de um dado pensamento coletivo, objetivando demonstrar como as pessoas de determinado nicho social pensam e, de posse dessas informações, atribuir sentidos unificados e

¹⁹⁷ Pra fins didáticos chama-se de “discurso” a resposta dada a cada questão e Discurso do Sujeito Coletivo a resposta predominante para cada pergunta depois de analisada e quantificada cada uma delas.

posicionamentos semelhantes sobre determinado assunto, sobre determinada questão¹⁹⁸. Nas palavras dos idealizadores da ferramenta metodológica: (...) o método do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) como um método de resgate da Representação Social (RS) caracterizado pelo fato de buscar reconstituir tais representações preservando a sua dimensão individual articulada com a sua dimensão coletiva¹⁹⁹.

Todo o percurso que permitiu ao DSC ser considerado um referencial metodológico para pesquisas qualitativas envolvendo seres humanos é sintetizado por Sebastião Junior Henrique Duarte, Marli Villela Mamede e Sônia Maria Oliveira de Andrade²⁰⁰. Informam esses autores que o DSC teve origem na década de 1990, quando Fernando Lefevre e Ana Maria Cavalcanti Lefevre, em pesquisa realizada com servidores públicos do Estado de São Paulo, observaram que as respostas dadas nos depoimentos eram muito semelhantes entre os atores desse grupo social e que as diferenças apercebidas não influíam nos resultados. Posteriormente, essa técnica passou a referencial metodológico quando munida dos instrumentos que lhe permitiram organizar e tabular os dados qualitativos obtidos nas expressões verbais ou, como nestes casos, nas questões levantadas: as expressões-chave; ideia(s) central(is) e a ancoragem. As primeiras compreendem trechos do discurso dos sujeitos que lhes revelam a essência do seu pensamento. A ideia central²⁰¹ é a expressão, a resposta que revela e descreve o sentido presente no discurso, constituindo-se, pois, na expressão fiel dos aspectos simultâneos do discurso (caracterização), e não numa interpretação; é possível haver mais de uma ideia central e, sendo assim, cada qual deverá ser categorizada pelo pesquisador. Por fim, a ancoragem é resultado da manifestação pelo sujeito da pesquisa de uma teoria, ideologia ou crença, referindo-se a uma técnica dedutiva em que a afirmação genérica do sujeito (a teoria, a ideologia, a crença) se enquadra numa situação específica. Esse itinerário forma um mapa de pensamentos e discursos denominado Instrumento de Análise do Discurso (IAD) que permite ao pesquisador elaborar a síntese das representações sociais pelo autor da pesquisa, promovendo um manejo

¹⁹⁸ LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. *O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)*. 2. ed. Caxias do Sul: Educs, 2005.

¹⁹⁹ LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. Discurso do sujeito coletivo: representações sociais e intervenções comunicativas. *Texto Contexto – Enfermagem*. Florianópolis, v. 23, n. 2, p. 502-507, jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072014000200502&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 17 jul. 2019, p. 503.

²⁰⁰ DUARTE, Sebastião Junior Henrique; MAMEDE, Marli Villela; ANDRADE, Sônia Maria Oliveira de. Opções teórico-metodológicas em pesquisas qualitativas: representações sociais e discurso do sujeito coletivo. *Saúde soc.*, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 620-626, dez. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902009000400006&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 maio 2020, p. 623-624.

²⁰¹ Sendo a presente pesquisa fundamentada em entrevista estruturada com perguntas fechadas, as ideias central serão mais fáceis de visualizar e a técnica mais direta e simplificada.

metodológico das expressões-chave obtidas na ideia base da ancoragem e nas respostas dadas pela(s) ideia(s) central(is).

Portanto, pode-se afirmar que o trabalho do(a) pesquisador(a) na metodologia do Discurso do Sujeito Coletivo, para obter os resultados de que precisa, resume na percepção e síntese emolduradas pelo rigor metodológico. No tocante ao presente trabalho, os procedimentos metodológicos foram manuseados com o fim de construir um discurso político envolvendo os entrevistados na captação dos sentidos da pesquisa. Os entrevistados, escolhidos a partir dos critérios acima descritos e separados em dois grupos compostos por similares, são insumos necessários para a montagem do discurso do sujeito coletivo e foram: os consumidores e fornecedores de produtos ou serviços (empresários) da Rua Bom Jesus, no Centro da cidade de Pouso Alegre Minas Gerais. Não houve perguntas abertas apesar de um diálogo de introdução bastante completo, sendo os “depoimentos” - representados pelas respostas nas questões fechadas destinadas-, conforme já indicados, são repostas colhidas em entrevistas de caráter estruturado realizadas com fornecedor de serviços ou produtos e consumidores. Desta forma, a sistematização das falas desses entrevistados gerou respostas diretas, “SIM” e “NÃO” em cada uma das questões sendo somada e prevalecendo a resposta mais escolhida como reflexo da visão coletiva, chamado discurso coletivo daquele grupo para cada uma das questões quem tem como complemento o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Cf. Apêndice A).

Após a captação dos sentidos realizados via entrevistas documentadas, houve a análise minuciosa dos questionários, em que as respostas do entrevistado foram quantificadas e separadas sequencialmente conforme questionário aprovadas pelo CEP - Comitê de Ética e Pesquisa da Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas -. Esse comitê avaliou a pesquisa realizada frente os objetivos, recursos, prazos, riscos aos envolvidos, metodologia aplicada, dentre outros detalhamentos e requisitos necessários para coleta de informações envolvendo pessoas humanas – partes não consideradas hipossuficientes -. A aprovação do projeto de pesquisa se deu através de parecer consubstanciado do CEP, considerando protocolo CAAE: 36111220.1.0000.5102 apto a ser executado (Cf. Anexo A).

Nesta altura, vale relembrar que, devido à pandemia de COVID-19 instalada no Brasil desde março de 2020, muitos dos possíveis entrevistados declinaram o interesse de responder aos questionamentos da pesquisa, que foi realizada nas ruas e de maneira presencial (que era essencial para credibilidade, estrutura desta pesquisa) e, entende-se impossível realizar de outra forma que não a presencial, o que sequer foi proposto. Respeitando as medidas preventivas de contágio e deixando ao isolamento social pleiteado pelo Ministério da Saúde no Brasil de forma excepcional e segura, todas as entrevistas foram realizadas através de respostas escritas

fechadas, portanto, sem áudios a serem transcritos.

Esmiuçando o procedimento do Discurso do Sujeito Coletivo e atrelando ao modo de pesquisa estabelecido, foram realizadas conversas com a maioria dos entrevistados que, até mesmo chegaram a expor exemplos práticos de “conflitos” e as “soluções” sugeridas e alcançadas o que se noticia apenas para ilustrar o cenário de entrevistas pois não serão objeto de abordagem e análise de dados estes depoimentos. A presente pesquisa entenderá como Discurso do Sujeito Coletivo o percentual maior de respostas obtidas por perguntas, revelados pela análise das questões e serão a essência de conteúdo das representações, as quais, segundo o referencial metodológico aqui utilizado²⁰².

A partir daí, utilizando como parâmetro as respostas de cada pergunta destacada, o valor que cada pergunta tem para uma conclusão final. O valor maior de cada questão, aqui, será chamado aqui de ideia(s) central(is), as palavras e expressões linguísticas revelam de maneira precisa e sintética os sentidos das respostas e assim é composto o Instrumento de Análise do Discurso (IAD). Em respeito ao procedimento metodológico e orientações de Lefevre e Lefevre²⁰³, durante a análise da(s) ideia(s) central(is) das expressões-chave surgiram respostas contraditórias a respeito de uma mesma ideia central dentro de uma determinada expressão-chave, diante do que foram elaborados uma forma de compreensão diferenciada similar a um discurso coletivo unificados para as respostas concordantes e discurso coletivo próprio para as falas discordantes.

Após definidas as questões (ou expressões chave), fora aberto um arquivo em formato Excel Microsoft Word, com a utilização de colunas para expor a pergunta, a resposta predominante expressando ideia(s) central(is) sobre determinada questão ou expressão-chave e as linhas para determinar qual seria a resposta predominante. Agora, fora aberto uma planilha para cada uma questão ou expressão chave determinada pela pesquisadora, em seguida, escolhida a(s) ideia(s) central(is) referentes a esta expressão chave, fora inserido as respostas de cada um dos entrevistados ou amostras, somadas respostas “SIM” e respostas “NÃO” e, pela maioria simples identificado o discurso do sujeito coletivo, ou seja, a resposta predominante para aquela questão.

Este método permitiu a formação de um discurso (uma resposta final) síntese sobre uma ideia central dentro de cada questão, que por fim, foi desmembrado ou aglutinado nos discursos coletivos apresentados nos gráficos e tabelas anexos. A obtenção dos dados em

²⁰² LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. *O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)*. 2. ed. Caxias do Sul: Educs, 2005.

²⁰³ Ibidem.

análise das respostas objetivas, a boa prática de entrevistar orienta a entrevistadora a questionar e silenciar-se. Essa prática permite que o entrevistado compreenda a pergunta e apesar de não poder libertar seus pensamentos e falas nas questões podia responder com sinceridade e impede que seja desencadeando um discurso labiríntico por vezes, pois, ao se expressar sobre assuntos de natureza complexa e dimensões intermináveis, a imaginação humana nem sempre respeita uma linearidade quanto à ordem do que foi questionado. Isso não ocorre com a presente pesquisa já que utilizou de questões fechadas.

Dessa forma, as experiências vividas pelos consumidores e fornecedores referentes às questões destacadas pelo pesquisador foram identificadas através das respostas precisas e não apenas ideias centrais, e, por se encontrarem em momentos diversos das entrevistas, a utilização do editor de planilhas Microsoft Excel foi determinante para a realização da análise de conteúdo das entrevistas e permitir o aglutinamento das expressões que constroem o discurso coletivo. O Excel pode lançar números, porcentagem que seria a resposta razoável a cada uma das questões de cada grupo. Especialistas²⁰⁴ sobre o tema frisam importância da leitura perspicaz do entrevistador em cada questão, a fim de produzir um discurso apropriado do entrevistado, esta minúcia ao analisar os detalhes e compreender a subjetividade daquele que fala além do discurso oral é fundamental para produzir relatos fidedignos e cumprir o contrato fiduciário realizado entre entrevistado e aquele que lhe permitiu inquirir.

Resta explicada a metodologia aplicada para a construção do Discurso do Sujeito Coletivo, o trabalho de pesquisa prossegue seu caminho natural e traz no tópico posterior a compreensão de como se procedeu na realização das entrevistas. A partir de agora serão estudados os resultados quali-quantitativos coletados no Município de Pouso Alegre na Rua Bom Jesus, sobre o conhecimento de direitos e garantias previstos na Lei 8.078/1999 bem conhecimentos sobre direitos e deveres definidos na Lei. 12.291/2010, como se procedeu à análise de conteúdo a fim de produzir o discurso coletivo sobre a realidade dos efeitos pragmáticos na Lei.

3.2.2. Levantamento dos Dados: peculiaridades e construção metodológica.

Relembre-se que, a proteção prevista no art.5º inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias e coloca a lei 8.078/1990 no rol dos direitos fundamentais impõe ao ordenamento uma proteção à pessoa do consumidor e,

²⁰⁴ BALDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977, formato digital. P. 8

fundamentado naqueles surge a Lei 12.291/2010. Embora não chamada de lei complementar ela atua como “acessório” da lei 8.078/1990 que seria a “principal”, explica-se: no afã de dar maior publicidade e acesso à lei 8.078/1990 e, assim, criar uma educação de consumo que, por consequência traria soluções de possíveis consequências, a Lei 12.291/2010 atribuiu ao dono de estabelecimento a obrigação de disponibilizar o Código de Defesa do Consumidor àquele que é considerado hipossuficiente(consumidor). Sendo o consumidor o ator principal nas relações de consumo – por dedução feito análise da lei, afinal, o consumidor é o destinatário final de todo produto ou serviço que vai para o mercado de consumo - entendeu, o legislador, que esse sujeito (consumidor) tem o direito de saber quais são os seus direitos e garantias asseguradas no CDC ainda que saiba face a apresentação de um exemplar pelo fornecedor de serviços e produtos. Neste diapasão editou-se a lei 12.291, sancionada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicada na edição de 20 de julho de 2010 do Diário Oficial da União (Cf. Anexo 2 e 3).

A lei é composta por 3 artigos, o primeiro obriga todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços a manter um exemplar do CDC em local visível e de fácil acesso ao público. O segundo regulamenta o descumprimento, se o consumidor procurar o Código de Defesa do Consumidor e não o encontrar no estabelecimento, poderá ser aplicada multa de até R\$ 1.064,10. O Terceiro dispõe sobre a vigência da lei. Feitos estes “lembretes” algumas considerações foram levantadas e até desenvolvidas no capítulo anterior sob a ótica hermenêutica e à luz da Teoria Pura do Direito e outras ainda são visualizadas, por exemplo: de quem é o dever de levar ao povo a educação e a informação do direito do consumidor? Hoje o consumidor está preparado para interpretar a lei 8.078/1990? O consumidor tem conhecimento do direito de exigir o exemplar nos estabelecimentos? Disponibilizar o exemplar é suficiente para atender as necessidades, a proteção da norma? Na prática este hábito auxilia as partes? Quais efeitos práticos podem advir da mencionada lei?

Evidente que as considerações acima são pontos que somente uma pesquisa de campo poderia discutir e, até mesmo, provocar uma resposta ou explicação próxima e aceitável. A pesquisa será desenvolvida em provocação às questões acima cujas respostas serão essenciais para formalizar o Discurso do Sujeito Coletiva e resposta ao problema desta pesquisa pois, tornando obrigatório a manutenção de um exemplar do código de defesa do consumidor nos estabelecimentos e serviços, nas relações diárias e práticas entre fornecedores ou prestadores de serviços e consumidores, a lei 12.291/2010, na experiência dos estabelecimentos empresariais de Pouso Alegre – MG, tem contribuído para a solução de controvérsias nas relações de consumo e para a formação de uma consciência do consumidor?

Ainda que repetitivo, para não deixar que a memória afaste a compreensão neste capítulo, insiste-se em algumas considerações teóricas mais: o artigo 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor elenca como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres. A educação não é o mesmo que informação, que também é um direito do consumidor: a primeira nasce do art. 205 da Constituição Federal que deixa claro ser direito de todo e qualquer cidadão à educação, sem limites a esta palavra e, portanto, se fala em educação de amplo sentido para dar maior qualidade de vida ao cidadão e, também, se inclui a educação de consumo tão importante à economia e justiça do país. A segunda, a informação, é o direito daquele que é destinatário final conhecer todos os detalhes do produto ou serviço escolhido e, neste sentido, abrange a noção de direitos e deveres materializado no inciso IV do art. 4º do Código de Defesa do Consumidor.

A educação pode ser vista de duas formas principais segundo a doutra. A educação formal é aquela adepta à grade curricular de qualquer cidadão em formação acadêmica, ela deve iniciar desde os primeiros passos da criança nas escolas pois os direitos do consumidor são uma face dos próprios direitos da cidadania. Ela poderia ser inserida meio a conteúdos curriculares de disciplinas já existentes como a matemática, por exemplo, a matéria de cálculo de juros e percentuais; em ciências, a preocupação com a qualidade dos alimentos, prazos de validade, a responsabilidade pelo consumo sustentável etc. no que diz respeito à educação informal, devem ser objeto de preocupação não apenas dos órgãos de defesa e proteção ao consumidor, bem como entidades não governamentais, como também dos meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornais, revistas, sites na Internet etc.). A segunda forma de se observar a educação seria de maneira informal, reservada aos órgãos de defesa e proteção do consumidor e dos meios de comunicação, por políticas públicas de conscientização²⁰⁵. A informação já é uma imposição legal, comunicada, levada de forma geral, feitas pelas entidades governamentais ou não governamentais, tudo com vistas à melhoria do mercado de consumo. O ponto comum entre elas é que, ambas, são obrigações do Estado de Bem-estar Social²⁰⁶.

A cultura, o costume e hábitos de consumo no país mostra que, apesar de termos um dos melhores códigos de defesa do consumidor do mundo ²⁰⁷ a Lei ainda é muito desrespeita e demonstra despreparo cultural, por má educação, inclusive, e principalmente no simples ato da

²⁰⁵ Existe um trabalho realizado pelos órgãos de defesa e proteção do consumidor (PROCONS, Associações (IDEC, BRASILCON, etc.) e do próprio DPDC) mas sem grande êxito já que há um número muito pequeno de consumidores é atingido.

²⁰⁶ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Direitos do consumidor* - 10ª Ed.- São Paulo: Atlas, 2010, pg. 15.

²⁰⁷ Ibidem. Parafraseia-se José Geraldo Brito Filomeno

Leitura. A falta de conhecimento afasta a possibilidade de se entender os princípios e garantias apenas de uma leitura direto no estabelecimento procurado para “possivelmente” se concretizar um contrato de consumo e, neste sentido, essencial mais campanhas esclarecedoras da população, da maior participação política, e mais ainda a publicidade nos veículos de comunicação, e no meio acadêmico em geral. Todas estas necessidades já justificam o nascimento e ideia nobre que teve o legislador da Lei 12.291/2010.

A obrigação de levar, gerar meios de educação de consumo é do Estado e, de certa forma, a lei 12.291/2010 desvio o agente desta obrigação lançando ao fornecedor de serviços a obrigação de disponibilizar exemplar da lei também debater e discutir, explicando ao consumidor o que lhe é garantido por lei esquecendo, entretanto que, antes de ser um proprietário de estabelecimento, o empresário também é um consumidor Brasileiro carente de uma educação de consumo suficiente. Este é outro fator que pode colocar em risco a eficácia da lei 12.291/2010 e um dos motivos que justificam o questionário criado para validar esta pesquisa de campo²⁰⁸.

A educação de consumo é essencial para uma relação comercial igualitária e isso é interesse de ambas as partes desta relação. Apesar de soar uma tarefa simples é a educação de consumo adequada que poderá preparar o consumidor para leitura do Código de Defesa do Consumidor e para importância das garantias e direitos inseridos neste diploma e, somente assim, possibilitará interpretar as normas elencadas na lei 8.078/1990. Os conflitos de princípios e até mesmo de interesses e interpretação são facilmente visíveis e, diga-se, se os próprios aplicadores e operadores do direito confundem os institutos existentes no Código, quem dirá o consumidor que é leigo e não possui uma educação que o torna apto a entender a Lei 8.078/1990 e, diga-se, do outro lado temos também o empresário, adepto à mesma cultura e, na maioria das situações, apesar de parte hiper suficiente também não possui educação adequada.

Neste sentido a pesquisa de campo também terá o papel de conhecer o consumidor e fornecedor, entender a aptidão dos mesmos quanto a conhecer desde a Lei 8.078/1990 quando a deveres e direitos, à dever e direito da Lei 12.291/2010. ²⁰⁹Não temos o hábito de uma educação de consumo e, apesar de existir a educação informal, ainda é grande a deficiência de conhecimentos capazes de fazer o cidadão sempre agir com humanidade, honestidade e dignidade, independentemente do lado que se estiver, quando da realização de seus atos de consumo.

A construção de uma sociedade justa e igualitária não depende somente de ações do

²⁰⁸ FILOMENO, José Geraldo Brito. *Direitos do consumidor* - 10ª Ed.- São Paulo: Atlas, 2010, pg. 15-18

²⁰⁹ Ibidem.

Estado, a administração pública contemporânea é composta, cada vez mais, pela presença de um leque de novos atores sociais exercendo seu direito de cidadania, há uma refundação do espaço público e uma realocação do Estado na qual cada vez mais as instituições precisam interconectar-se para gerar e nutrir uma rede de responsabilidade compartilhada de informação, governação responsável, prevenção, participação, sustentabilidade e intergeracionalidade²¹⁰. O Meio Acadêmico, por exemplo, está apto a contribuir com palestras informativas, ampliando meios de gerar a educação de consumo, mas, fato incontroverso é que os órgãos estatais possuem papel fundamental para o desempenho das políticas públicas, uma vez que são eles os executores de tais medidas, contudo, a sociedade civil e a integração de suas atividades com a poder público é fundamental para a efetivação dos objetivos propostos sobre educação de consumo²¹¹.

Mas o Brasil possui políticas públicas para gerar educação de consumo? A resposta pode surpreender a muitos, mas, apesar de quase escassas, sim possui. Há não exatamente políticas públicas mas similares, como órgãos criados e voltados à defesa do consumidor como PROCON e suas campanhas e, no âmbito particular com apoio do Estado, a exemplo de muitos Institutos reguladores / regulamentadores e de defesa das reações de consumo pátrias, o portal “Compra Consciente”, com o apoio da Associação Comercial de São Paulo (ACSP), reuniu especialistas em consumo, jornalistas e juristas para discutirem as mudanças nas relações de consumo durante a vigência do Diploma Consumerista, desde sua promulgação em 1990²¹².

Resta evidente que, a divulgação da lei 8.078/1990 quanto a suas garantias, direitos e deveres está intimamente ligada, ou pelo menos deveria estar, à uma educação de consumo adequada que venha, não apenas tornar público, fácil acesso exemplares da Lei 8.078/1990, mas, vistos as peculiaridades da lei capacitar o consumidor a compreender tal norma e sua importância. Um exemplo disso é o disposto no artigo 12 e 18, do CDC. O primeiro trata da responsabilidade civil pelos danos causados aos consumidores por defeitos nos produtos; o segundo prevê a responsabilização dos fornecedores pelos vícios de qualidade ou quantidade. Ora, defeito e vício não têm o mesmo significado? Na linguagem utilizada pelo CDC não. São expressões parecidas, mas com significados diametralmente opostos. O consumidor está preparado para distinguir um instituto do outro? Nem mesmo o fornecedor poderia estar preparado seja para compreender esta diferença, seja para explicá-la ao consumidor. Para

²¹⁰ CANOTILHO, J.J. Gomes. “*Brançosos*” e interconstitucionalidade: itinerários dos discursos sobre a historicidade constitucional. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2008, p.325-326.

²¹¹ Exemplo de trabalhos no meio acadêmico. Disponível em <https://www.pucrs.br/blog/5-dicas-como-consumir-de-forma-consciente/> visualizado em 14/12/2020.

²¹² Disponível em <https://acsp.com.br/> visualizado em 14/12/2020.

entender todas estas peculiaridades que envolvem a obrigação atribuída na Lei 12.291/2010 é que nasce a presente pesquisa.

A metodologia de pesquisa científica pode apresentar diferentes abordagens e no presente caso não foi diferente. São elas: quantitativa, qualitativa e a quali-quantitativa. As pesquisas qualitativas são fundamentadas em análises qualitativas. Com isso, ela serve de instrumento para entender, descrever, classificar e explicar fenômenos e a relação existente entre as variáveis. Esse tipo de abordagem ganha forma com análise de documentos e estudo de caso. As técnicas qualitativas não se limitam aos dados isolados e entende a realidade como uma construção social na qual o pesquisador pode ser participante²¹³.

As pesquisas quantitativas, como o próprio nome já diz, é baseada na quantificação. O pesquisador geralmente faz a coleta de dados através de questionários e utiliza técnicas estatísticas para tratar as informações. Na sequência, os resultados da análise são apresentados com tabelas e gráficos. As técnicas com abordagem quantitativa buscam objetividade e retratam uma realidade exterior ao indivíduo, com total neutralidade no processo investigativo. Compreendido o que é pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa, fica mais fácil compreender a pesquisa quali-quantitativa que foi a escolha de metodologia para o presente, afinal, ela consiste na combinação das duas abordagens, por alguns chamada de metodologia de abordagem mista²¹⁴.

As concepções quantitativas não são baseadas radicalmente em números, pois existe a influência de pressupostos teóricos e limitações. Para o autor, é necessário “recorrer-se ao empirismo e à quantificação para melhor conhecer a realidade”. Esse procedimento, contudo, deve ser associado à análise qualitativa, pois somente ela permite o aprofundamento do conhecimento e a acumulação do saber, que são elementos essenciais na ciência. As duas abordagens devem coexistir pacificamente no estudo e não estabelecer uma oposição sobre qual é mais eficaz. Eles exercem um exercício de cooperação mútua. A presente pesquisa seguiu a metodologia quali-quantitativa, pois ao observar o problema se verificou que o enfoque requeria uma abordagem múltipla²¹⁵.

Antes de iniciar a pesquisa a pesquisa empírica e coleta de dados que observariam um número, pelo menos mínimo, de amostras e conseqüente trabalho quantitativo foi feito um estudo qualitativo, a fim de coletar informações em fontes confiáveis e compreender o fenômeno estudado. Na sequência vem a parte quantitativa do estudo, com aplicação de

²¹³ GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar Projetos de Pesquisa*. 4º Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A. 2002. P. 40-45.

²¹⁴ CERVO, Amado L. . BERVIAN Pedro A. SILVA, Roberto. *Metodologia Científica*. 6ª Ed. Campinas: Pearson Universidades. 2006. P. 46-51.

²¹⁵ *ibidem*

questionário e análise dos dados coletados. Não foi fácil obter um nível da pesquisa pois, na doutrina não se encontra nada específico sobre o tema principal não obstante realizada uma investigação de caráter exploratório, que buscava base na literatura e em estudos conduzidos sobre o assunto mas estudos científicos não foram encontrados, foi necessário estudo na literalidade da lei, análise dos pareceres na tramitação no projeto para construir um melhor conhecimento sobre o objeto de estudo principal que é a Lei 12.291/2010 e, assim, é possível afirmar que apesar de uma fase “brevemente descritiva” a presente pesquisa tem caráter exploratório.

O questionário foi usado para conhecer a opinião, o comportamento de pessoas de um determinado grupo quanto aos aspectos da Lei 12.291/2010 e as repostas lançadas em tabelas e gráficos Excel. Depois de organizar em planilha, será possível visualizar melhor as respostas, é necessário aplicar filtros e definir categorias, ou seja, agrupar as informações. Observando os gráficos e tabelas, fica mais fácil analisar e fazer as interpretações. Para melhor entendimento nos próximos subcapítulos dividiremos os grupos de entrevistados e, intercalando com as planilhas e gráficos, serão explicadas em seus propósitos e resultados cada uma das perguntas e os dados colhidos de forma, inclusive a validar ou não as hipóteses do projeto e apontar se o objetivo geral e objetivos específicos foram alcançados.

3.3. Construção das Entrevistas e Coleta de Dados

Para realizar uma entrevista estruturada bem-sucedida, é importante levantar questões que serão respondidas de forma direta e sincera pelos entrevistados e, claro, tenham uma ligação entre si, diretamente ligada com o objeto da pesquisa. No caso presente a entrevista foi estruturada, embora ocorresse uma conversa previa que não será usada no trabalho pois servia para explicar a pesquisa, método e, até mesmo, permitir o entrevistado a citar algum exemplo que julgasse pertinente. As perguntas eram diferenciadas para os grupos, mas idênticas a todos os participantes de cada um dos dois grupos de entrevistados: Grupo 1 dos consumidores e Grupo 2 dos as respostas apenas com “sim” ou “não”.

O trabalho de pesquisa se desenvolveu de uma forma muito especial, a partir dos números e índices coletados sobre a realidade dos consumidores e dos Fornecedores de Produtos e serviços a partir do estudo lançado na Rua Bom Jesus de Pouso Alegre-MG, pode-se realçar a importância da pesquisa. Ao vislumbrar números consideráveis de informações pertinentes, ainda que neste campo mais restrito de trabalho, a pesquisa ganha relevância institucional ao direito e permite ao pesquisador insurgir melhores informações a fim de

prosseguir com as entrevistas com os sujeitos da pesquisa, a fim de compreender melhor o cenário e as políticas públicas existentes no município sobre o tema que se propõe.

A captação dos dados numéricos sobre o conhecimento da Lei. 8.078/1990, a capacidade de discutir sobre ela, bem como o conhecimento dos direitos e obrigações lançados pela lei 12.291/2010 iniciou as atividades do respectivo levantamento. Através de questionários estruturados foi solicitado respostas aos sujeitos, podendo-se constatar que há inúmeras dúvidas a serem respondidas, mas, a priori, houve, no município da pesquisa, um número considerável de pessoas que tem conhecimento dos direitos e garantias do código de defesa do consumidor, embora, a relevância destes e seus alcances ainda vá gerar inúmeros debates nos subcapítulos abaixo.

Essa pesquisa também pode apontar um relevante aumento de consumo por meios alternativos tais como vendas on line, via whatsapp e até mesmo telefone, ou seja, sem o contato direto do consumidor com o produto o que torna ainda mais relevante entender se há uma consciência de consumo ou do consumidor na aquisição de bens e serviços e, até mesmo, quanto a seus direitos e deveres. Lembre-se que, as inúmeras restrições lançadas pelo estado pandêmico da COVID-19 deixaram inúmeros impactos negativos na economia e, as relações de consumo e seu equilíbrio como exposto nos capítulos anteriores, são os diferenciais de uma economia equilibrada sendo, portanto, ainda mais necessário a observância das garantias, direitos e deveres do CDC. Se a lei 12.291/2010, de fato alcançou seus objetivos, é um momento histórico e de auge de sua existência pois, a boa-fé é fator essencial para sucesso de qualquer norma, em especial aquelas que tentam buscar dar equilíbrio em negócios jurídicos tão rotineiros, comuns, como este que se lida na presente.

Por ser expressamente considerada como um direito fundamental, a defesa do consumidor não se restringe a ser mera norma de ordem pública, mas uma exigência de sua observância por meio de uma normatividade específica e de medidas de caráter interventivo. Deste modo, a Constituição da República delineou um dever de proteção a esses direitos, por meio da atividade do legislador ordinário, com a edição da Lei 8.078/90 e, por sua vez, para ampliar os efeitos positivos deste compendio de direitos e garantias nasceu a Lei 12.291/2010. O aumento de vendas por meio alternativo retrata uma realidade que precisa, ainda mais, desta proteção em plena atividade, em total vigilância: a economia já acompanha um momento de instabilidade, se acompanhada de abusos, fatalmente trará números negativos, aumento de inflação e outros aspectos preocupantes de uma economia em declínio²¹⁶.

²¹⁶ GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 8ª.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003.p.260

Nas palavras de Cláudia Lima Marques, o código de defesa do consumidor é algo além de um simples equilíbrio das relações para alcançar a validade civil, ele é:

(...) um direito fundamental (direito humano de nova geração, social e econômico) a uma prestação protetiva do Estado, a uma atuação positiva do Estado, por todos os seus poderes: Judiciário, Executivo, Legislativo. É um direito subjetivo público geral, não só de proteção contra as atuações do Estado (direito de liberdade e direitos civis, direito fundamental de primeira geração em alemão *Abwehrrechte*), mas de atuação positiva (protetiva, tutelar, afirmativa, de promoção) do estado em favor dos consumidores (direito a alguma coisa, direito prestacional, direito econômico e social, direito fundamental de nova geração, em alemão *Rechte auf positive Handlungen*)²¹⁷

Munidos de informações qualitativas passa-se à coleta daquelas informações quantitativas, as entrevistas seguiram uma ordem aleatória aos primeiros olhares, pois foi através da disponibilidade de tempo e, até mesmo disposição dos sujeitos abordados é que obtida uma data cada um dos registros dos depoimentos, muitas vezes era preciso excluir o sujeito abordado pela falta de interesse ou tempo para entrevistas. Afirma-se que as informações obtidas no estudo teórico foram fundamentais para a realização das entrevistas que se sucederam e, à medida que novos atores sociais eram entrevistados, as informações foram paulatinamente agrupadas, possibilitando à pesquisadora uma visão ampliada do tema proposto.

As primeiras entrevistas foram realizadas junto aos Fornecedores de serviços e produtos da Rua Bom Jesus, em que muitos alegaram ser recorrente discussões internas sobre como proceder em determinadas situações abordadas pelo cliente e, até mesmo, habitual ligarem ao PROCON local para obter esclarecimentos. Salienta-se que a educação de consumo é algo que “lhes faz falta” sendo certo que, o bom senso, por diversas vezes falta quando se trata de consumo e questionamentos neste sentido pois, aquele que se sente prejudicado fica resistente a uma conversa mais racional e coerente, mas, se todos tiverem uma educação adequada quanto a direitos e deveres as dificuldades de diálogo podem ser menores e, até mesmo a transparência nas negociações tornar-se mais natural. Os depoimentos, embora não documentos e usados para fins de conclusão e apuração de dados, foram de extrema valia ao apontar a necessidade de cada um dos grupos frente a busca por uma educação de consumo e um equilíbrio das relações.

A fim de investigar melhor sobre os trabalhos dos cidadãos, sobre as políticas públicas existentes na cidade destinadas a combater e prevenir maus hábitos nas relações de consumo e conhecimento de direitos e deveres é que a presente dividiu os entrevistados em dois grupos e

²¹⁷ BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Claudia Lima e BESSA, Leonardo Roscoe. *Direito do Consumidor*. 3.ed.rev. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010. p.31.

realizou-se então a coleta depoimento e respostas de consumidores e Fornecedores de bens e serviços. Mergulhando fundo no cenário das políticas públicas existentes e buscando compreender estruturalmente as atividades desempenhadas por órgãos de auxílio, ainda que para identificar meios lançados para educação de consumo as perguntas foram montadas e divididas de forma estruturada para cada grupo.

Foram fornecidos à pesquisadora os formulários de entrevistas preenchidos que retornaram dos entrevistados, lançados em planilhas e, pela maioria simples da apuração da resposta foi considerada uma única resposta coletiva ou, ainda que por analogia, Discurso do Sujeito Coletivo para cada questão apurada e, mensuradas, debatidas lançada uma conclusão para as informações conjuntas colhidas de cada grupo de entrevistado. Após as entrevistas feitas com os empresários buscava-se sujeitos do outro grupo de entrevistados, os consumidores e, mesmo não sendo um requisito mais por conveniência a princípio, aqueles consumidores que praticavam negócios com os fornecedores entrevistados eram abordados e convidados a participarem da pesquisa. Fatores de complicação como ausência da cultura de pesquisas de campo na cidade, receio de contato durante a pandemia do COVID-19, falta de tempo naquele momento e, até mesmo a falta de interesse em participar da entrevista, dificultaram a pesquisa que, por sua vez, se estendeu por dia. As entrevistas passaram a ter uma alternância entre os sujeitos entrevistados, ora os componentes do grupo 01 de consumidores, ora componentes do grupo 02 dos fornecedores de bens e serviços.

O contato direto da pesquisadora com os sujeitos da entrevista permitirá que a mesma pudesse, ainda que de maneira informal, analisar os comportamentos destes que, demonstraram, uma grande insegurança em discutir sobre hábitos e conhecimento de direitos e deveres, em especial, aqueles direitos e deveres aplicados nos negócios que lhes é mais rotineiro, habitual: a relação de consumo. Para ilustrar o relato acima aponta-se um episódio que, ainda que choque, não foi isolado pois, ao responder os questionários estruturados, com perguntas fechadas e diretas que é algo bastante simples mais um dos entrevistados lançavam a pergunta “Você precisará que eu conte ou aponte algum exemplo?”; a pergunta soava como se eles temessem relatar algo que acusasse um comportamento, seus, não coerente com a legislação ou se fossem ser julgados e temessem o resultado destes fatos. Não pode deixar de apontar que, a educação sempre foi apontada com a melhor arma contra a insegurança e hábitos depreciativos.

Outro fator curioso foi, ao se explicar a pesquisa a pergunta constante que se esbarra na “lacuna” originada pela evolução e falta de sintonia da lei 12.291/2010 com atual momento histórico: “O exemplar pode ser virtual ou apenas físico”? A resposta a esta pergunta já foi indicada, de acordo com a teoria pura do direito de Hans Kelsen, no capítulo anterior afinal, “O

que não está proibido pela lei, está permitido” e as leis precisam evoluir com a história da nação para não caírem em desuso e fadarem de esquecimento e ineficácia.

As primeiras entrevistas iniciaram em novembro de 2020 sendo que as últimas entrevistas foram realizadas no início de janeiro de 2021. Este trabalho não pode ser realizado através de entrevista gravada, não apenas pelo fato de se escolher aplicar questionários fechados para apuração dos dados, independente dos relatos e situações vivenciadas e compartilhada pelos entrevistados, mas, também, devido à pandemia de COVID-19 instalada no Brasil desde março de 2020. Os questionários seguram os fiéis requisitos metodológicos.

Após elucidar como se procedeu a captação dos dados qualitativos e, especialmente, os quantitativos e conteúdo das entrevistas fornecidas pelos consumidores e fornecedores de serviço e produtos, passa-se à análise dos dados angariados e Análise do Discurso Coletivo objeto da pesquisa.

3.4. Análise dos Dados

O presente tópico demonstra, através de pesquisa realizada no recorte espacial, Rua Bom Jesus, Centro, na cidade de Pouso Alegre -MG no limite temporal de novembro de 2020 a janeiro de 2021, os números referentes ao conhecimento da Lei 8.078/1990 e outras bem como dos hábitos de consumo. Através dos dados fornecidos, primeiro pela pesquisa doutrinária e, especialmente, pelos entrevistados, cada um dos grupos, analisados em conjunto das repostas, obteve-se avaliação quantitativa do mapa dos efeitos lançados na vida dos cidadãos, sujeitos das relações de consumo, pela Lei 12.291/2010.

Na cidade de Pouso Alegre, pelo menos não divulgado em sites oficiais como da prefeitura²¹⁸, Associação do Comercio de Pouso Alegre²¹⁹ e PROCON e, nem mesmo na sede destes, há campanhas ou políticas públicas voltadas à educação de consumo; nas escolas não existe grade voltada à educação formal de consumo. Uma pesquisa mais aprofundada sobre o tema aponta que, há algumas campanhas lançadas por associações sem fins lucrativos, associação de empresários e outros tentam levar a frente informações referente a garantias, direitos e deveres da Lei 8.078/1990, mas sem maior empenho ou apuração de alcance ou sucesso, refletindo que, a realidade da cidade de Pouso Alegre, frágil quanto às campanhas não é fato isolado mas, ao que se demonstra, é a cultura predominante do povo Brasileiro.

A fundamentação da Lei 12.291/2010 foi, exatamente, facilitar acesso à Lei

²¹⁸ <https://www.pousoalegre.mg.gov.br/>

²¹⁹ <https://www.acipa.com.br/>

8.078/1990, bem como possibilitar um conhecimento maior das garantias, direitos e deveres dos consumidores previstos neste diploma, veja o parecer de aprovação deste projeto em abril de 2002 por seu relator:

A Política Nacional de Relações de Consumo, enunciada no art. 4º da Lei nº 8.078/90, tem como um de seus princípios básicos a “educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo”.

Certamente, muitas queixas aos Procons poderiam ser evitadas se fornecedores e consumidores conhecessem melhor seus direitos e deveres. A disponibilização, para consulta, de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor dentro do estabelecimento comercial ou de prestação de serviços significará maior facilidade para dirimir dúvidas sobre relações de consumo, aumentando a possibilidade de um acordo entre as partes, sem a intervenção do Procon.

Portanto, em nosso entendimento, a proposta sob apreciação promove o aprimoramento das relações de mercado e encontra-se em perfeita sintonia com a Política Nacional de Relações de Consumo.

Votamos, pois, pela aprovação do Projeto de Lei nº 4.686, de 2001. Sala da Comissão, em de 2002.

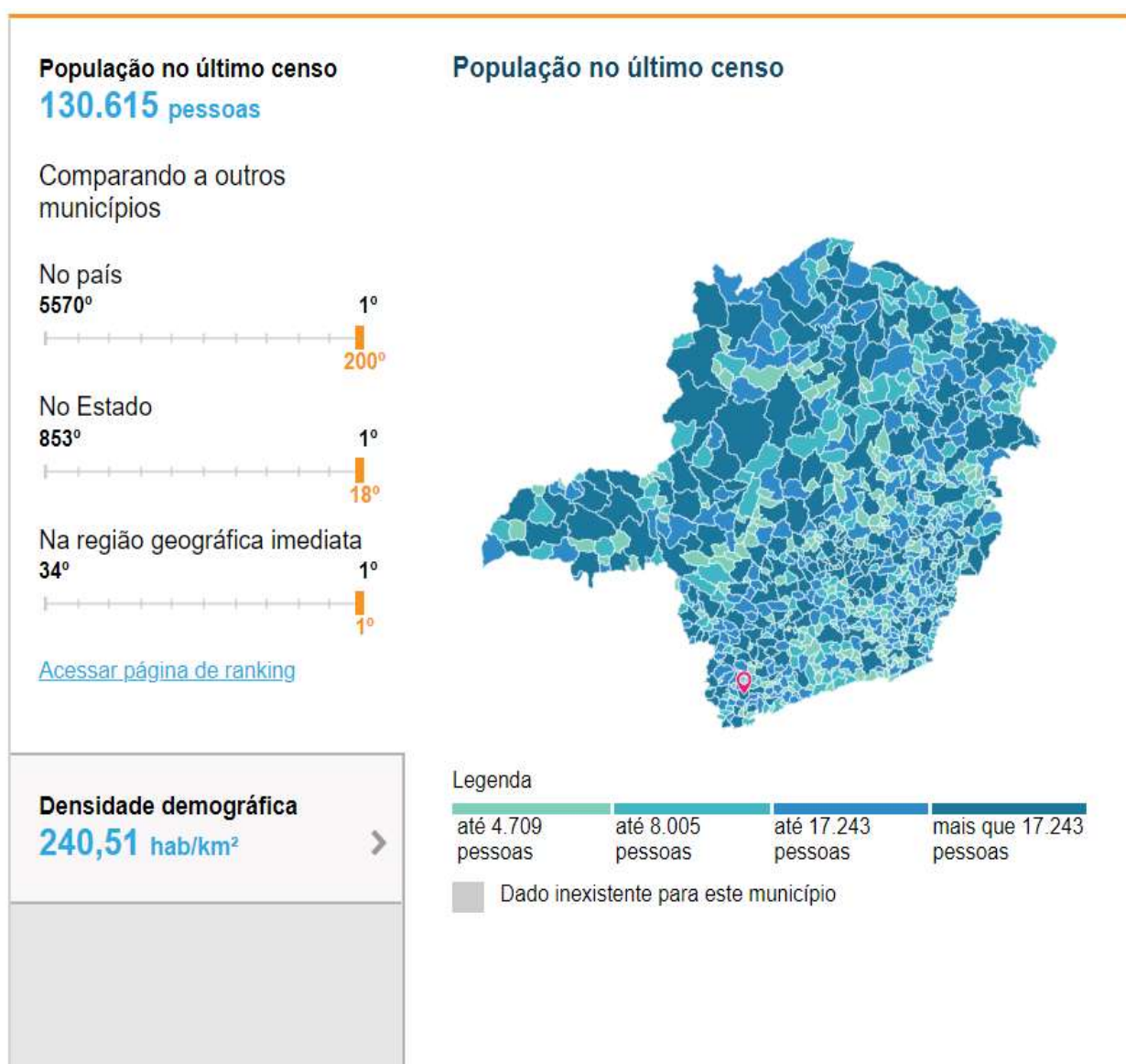
Deputado CELSO RUSSOMANNO Relator

O debate e construção teórica dos capítulos anteriores demonstram que “um mínimo de eficácia é essencial para validade da norma” e, evidentemente, que se busca entender se há eficácia na Lei 12.291/2010 que obriga o empresário a manter em seu estabelecimento, em fácil acesso, um exemplar do Código de Defesa do Consumidor. A lei 12.291/2010, assim como definido pelo jurista Hans Kelsen “nasce em complemento e se amparando em uma norma anterior e superior” que é o art. 5º da constituição Federal bem como e, ainda, na segunda função da lei 8.078/1990: assegurar as conquistas, os direitos definidos na norma e, inclusive, levando maior conhecimento ou uma educação de consumo aos cidadãos. Vista como um sistema de suporte e segurança às relações de consumo, sistema este que surge em consonância com a axiologia e principiologia constitucional, o objetivo é atingir a igualdade substancial ou material nas relações jurídicas de consumo, especialmente, a partir da leitura “habitual e necessária” do código de defesa do consumidor.

Partindo-se do ponto de que, juristas, em geral os positivistas, defendem a relevância de manter no ordenamento jurídico normas não apenas válidas e vigentes, mas também eficazes, surge foi analisado no capítulo anterior se, por um ótica hermenêutica havia solução para possíveis problemas apontados e, com a ajuda da presente pesquisa de campo busca-se concluir se, de fato, a Lei 12.291/1990 tem eficácia de forma a conseguir ampliar o acesso e divulgação do CDC e criar um educação de consumo, protegendo o consumidor. Superada a análise na norma sob a ótica doutrinária resta análise quantitativa, os números que permitirão

Para fins de levantamento de dados lança-se os dois primeiros gráficos retirados do

site do IBGE²²⁰ referente ao número de habitantes e faixa etária dos moradores, entrevistados como consumidores e fornecedores de produtos e serviços. Os números avaliados serão restritos às amostras devidamente preenchidas e válidas e colhidas na rua eleita para pesquisa. Pouso Alegre – MG é uma cidade relativamente pequena, de população estimada de 152.459 mil habitantes, sendo resultado apurado pelo último censo, 130.615 mil habitantes entre recém-nascidos e idosos e possui pelo menos 26 ruas de comércio intenso. A faixa etária dos moradores da cidade é de



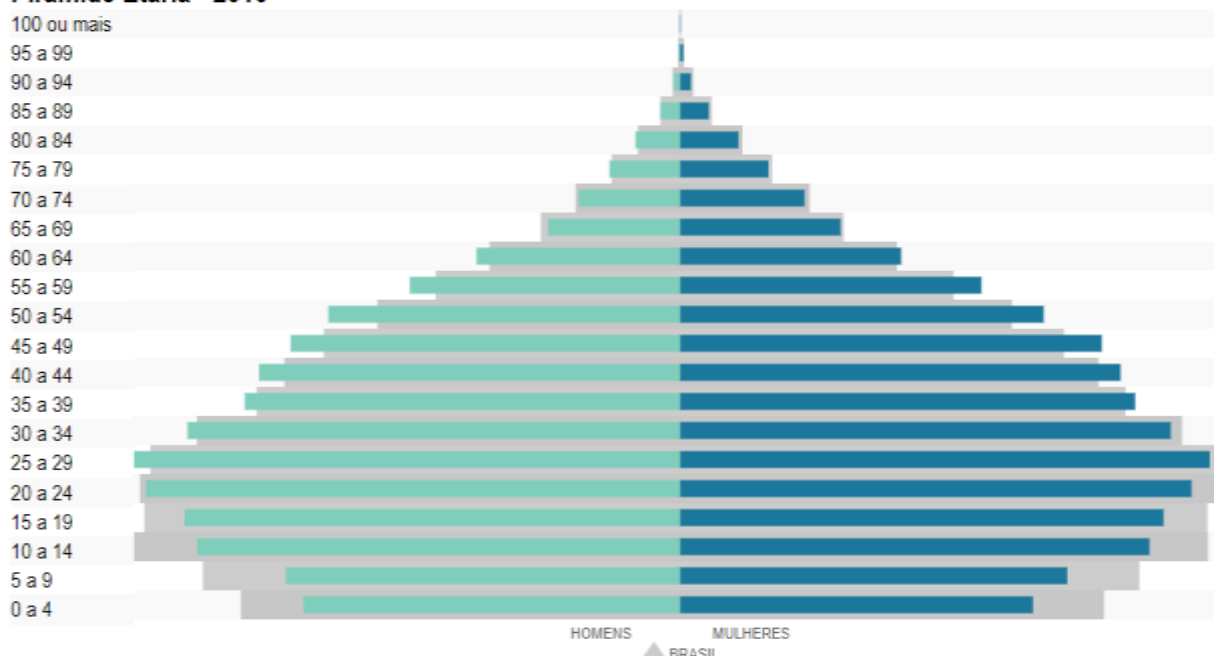
Fonte: ¹ <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pouso-alegre/panorama>

O número de habitantes é relevante para indicar a proporção da pesquisa, em um

²²⁰Disponível <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pouso-alegre/panorama> visualizado em 08/10/2020

primeiro momento e, também para apontar o quão intenso é a economia da cidade. Nos termos do art. 1º do Código Civil, toda pessoa cuja menoridade civil tenha se cessado, ou seja, os maiores de 18 anos e combinado tal artigo com o art. 104 do Código Civil é possível observar que, para realização de negócio civil válido, ainda que um negócio regido por lei especial é essencial capacidade civil, então preciso analisar, também gráfico de faixa etária que compõe a cidade de Pouso Alegre sede da presente pesquisa.

Pirâmide Etária - 2010



Fonte: ¹ <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pouso-alegre/panorama>

Durante a pesquisa, muito embora haja evidente influências das restrições de circulação impostas pelo Ministério da Saúde durante a Pandemia do COVID-19, foi possível notar que a faixa etária dos consumidores, em regra vai dos 18 anos até 65 anos. Com um pouco mais de pesquisa pode se concluir que, esta indicação de idade é influenciada pela empregabilidade pois, aos 18 anos, se iniciam os primeiros trabalhos e, a partir dos 65 anos, iniciam-se as buscas pela aposentadoria com considerável perda de renda na maioria dos casos. A obtenção de uma renda própria é diferencial certo entre o “simples cidadão” e o cidadão que tem qualidade de consumidor direto. Já no caso do fornecedor de produtos e serviços

podemos considerar que a faixa etária do empresário atuante é de 25 anos a 60 anos, em média.

Tabela 1 – Amostra de Habitantes da Cidade e Possíveis entrevistados do Grupo 1 sem aplicação dos filtros e cortes definidos na pesquisa.

Fonte: montagem própria

AMOSTRAS DE CONSUMIDOR			
Faixa Etária	Número Médio por faixa	Porcentagem da População Total	Número da População
15-19	6530,75	70%	4571,53
20-24	6530,75	80%	5224,60
25-29	6530,75	90%	5877,68
30-34	6530,75	70%	4571,53
35-39	6530,75	55%	3591,91
40-44	6530,75	52%	3395,99
45-49	6530,75	47%	3069,45
50-54	6530,75	43%	2808,22
55-59	6530,75	35%	2285,76
60-64	6530,75	25%	1632,69
65-69	6530,75	20%	1306,15
Total	130.515	29,38%	38335,50

Tabela 2 – Amostra de Habitantes da Cidade e Possíveis entrevistados do Grupo 2 sem aplicação dos filtros e cortes definidos na pesquisa.

Fonte: montagem própria

AMOSTRAS DE FORNECEDOR			
Faixa Etária	Número Médio por faixa	Porcentagem da População Total	Número da População
25-29	6530,75	90%	5877,68
30-34	6530,75	70%	4571,53
35-39	6530,75	55%	3591,91
40-44	6530,75	52%	3395,99
45-49	6530,75	47%	3069,45
50-54	6530,75	43%	2808,22
55-59	6530,75	35%	2285,76
60-64	6530,75	25%	1632,69
65-69	6530,75	20%	1306,15
Total	130.515	2187%	28539,38
40%	130.515	8,74%	11415,75

Neste sentido, pelo gráfico²²¹ acima combinado com a tabela 1 e 2 (Cf. Apêndice B) acima é possível afirmar que a população da cidade que é objeto da pesquisa ocupa, no Grupo 1 de consumidores, 29,38% da população local, em torno de 38.335 mil habitantes. No Grupo 2, que pode confundir com aqueles que são também consumidores, afinal o fornecedor de produtos e serviços, fora de seu trabalho, também pode ser considerado um consumidor, é composto por 21,87% da população Bruta, ou 28.539 habitantes brutos, excluídos aqueles que são consumidores e excluídos da pesquisa e, ainda, os que exercem outras profissões, é possível considerar que este número caia para, pelo menos a 40% deste valor visto ser, a cidade, com atividade industrial predominante, portanto, considera-se que 8,74% da população total é de empresários em geral, ou 11.415 mil habitantes são empresários e possíveis entrevistados do grupo 2.

Por fim, os números acima devem sofrer um segundo corte pois o espaço destinado à pesquisa pois há critérios de exclusão e, ainda, o espaço foi restrito a um das principais ruas do comércio da cidade que é a rua Bom Jesus tem cerca de 82 estabelecimentos registrados nas juntas comerciais sendo que destes, considerados alteração de endereço sem baixa, fechamento, atividades que não envolvem atendimento ao público - 46 são estabelecimentos comerciais com atendimento direto ao público e portas voltadas à rua; são 27 estabelecimentos comerciais ou prestadores de serviço liberados e em plena atividade durante o período da entrevista que foi da última semana de Novembro de 2020 a primeira semana de Janeiro de 2021 – devido à pandemia do COVID – 19 muitos estabelecimentos não retomaram suas atividades direcionadas ao público, tão somente em delivery ou serviços aleatórios - e destas 27 em plena atividade, pelo menos 20 delas concordaram com a entrevista e foram entrevistados lançando dados para pesquisa conformados dados que serão apresentados²²². Portanto, os fornecedores possíveis vistos os critérios de seleção e exclusão são 27, que representa 0,236% dos empresários da cidade e 100% dos possíveis entrevistados dentro dos critérios de seleção dos sujeitos eleitos como fornecedores para compor grupo 2. Destes 27 sujeitos, 20 deles responderam ao questionário e aceitaram a entrevista de forma válida de acordo com critérios do projeto devidamente aprovado pela Comissão de Ética da Univás e serão as amostras analisadas do grupo 2 de fornecedores.

O número de empresários que irão compor o grupo 1 de amostras da pesquisa também

²²¹ Explica-se que, não tendo os gráficos valores exatos para cada faixa etária, o número total da população foi dividida pelo número de faixas do gráfico (faixas etárias) e tomado a maior faixa do gráfico e, pro método dedutivo e comparativo, aplicado porcentagem aos demais.

²²² Disponível em <https://guiafacil.com/endereco/rua-bom-jesus/pouso-alegre/mg/> visualizado em 20/11/2020.

sofreu cortes vistos os critérios de seleção, aceite e preenchimento dos formulários de entrevista e termo de consentimento. O fluxo de consumidores que frequentaram os estabelecimentos entrevistados na Rua Bom Jesus e outros estabelecimentos desta rua foi observado e quantificado em cada um dos dias de entrevista sendo este de, pelo menos, 2 para cada estabelecimento. Pelo menos 70 consumidores foram abordados e convidados a participarem da pesquisa, mas com muita dificuldade de aceitação, ou seja 0,182% da população de consumidor habitante na cidade foi abordado e convidados a participarem da pesquisa. As pessoas estavam em intervalos de trabalho ou com compromissos agendados não sendo receptivos, a princípio, para participar da pesquisa. Obteve-se êxito e entrevistar, pelo menos, 40 consumidores, 57,15% dos possíveis entrevistados após os cortes devidos aos critérios de inclusão e exclusão da pesquisa.

Essa constatação foi reiterada pela análise do trabalho de pesquisa realizado e das entrevistas realizadas junto aos grupos de entrevistados que serão relatadas posteriormente em tópico próprio. Explicados os números acima passa-se a abordar as coletadas de dados, obtidos a partir da soma e definição de resposta predominante (maioria simples) de cada questão e grupos. A discussão destas respostas e a formação do Discurso do Sujeito Coletivo, formulado a luz de todo substrato teórico construído pela presente pesquisa.

3.4.1. Consumidores: Participantes do Grupo 1.

O Grupo 1 da Pesquisa é composto por consumidores, assim definidos aqueles que se encaixam no art. 2, 17 e 29 da Lei 8.078/1990 cuja definição já foi abordada nos capítulos anteriores sendo característica principal do mesmo “ser parte vulnerável da relação jurídica de consumo” e ser o “destinatário final” de um serviço ou produto disponível no mercado. A abordagem deste consumidor foi realizada direto na Rua Bom Jesus, no Centro da cidade de Pouso Alegre-MG, tendo como fatores de inclusão se consumidor e, fator de exclusão, não possuir capacidade civil (menor de 18 anos), não concordar em participar da entrevista, não ser um dos fornecedores entrevistados.

O Código de Defesa do Consumidor não adotou uma única definição do sujeito a ser protegido, mas sim, quatro conceitos distintos de consumidor, não o definindo apenas sob a perspectiva individual, mas também sob a perspectiva transindividual ou coletiva²²³. Eis que,

²²³ Art. 81. CDC. “A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza

segundo o art. 2º, caput, consumidor é “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Trata-se do consumidor *stricto sensu*, conceito a ser observado quando se pretende definir a existência da relação de consumo. Já o parágrafo único do artigo 2º e os artigos 17 e 29 definem o consumidor em sentido amplo, quando estão jogo os acidentes de consumo²²⁴ e as práticas comerciais abusivas²²⁵. Tal conceito é residual em relação ao primeiro²²⁶. Observa-se, deste modo, que o Código de Defesa do Consumidor não reduz a figura do consumidor àquele que adquire ou utiliza um produto ou serviço como destinatário final, mas também considera consumidor outras vítimas das práticas comerciais abusivas, dos ilícitos pré-contratuais e dos contratos de adesão. Não há assentimento geral na doutrina sobre o alcance do conceito de consumidor, demarcado pela expressão “destinatário final”, contrastando as teorias maximalista e finalista

A entrevista iniciava com uma conversa informal, apresentação da entrevistadora e da pesquisa ao entrevistado que, aceitando participar, preenchia e assinada (com a própria letra) o Termo de Consentimento Livre Esclarecimento (TCLE) e o formulário de entrevista com 5 questões fechadas cujas respostas possíveis seriam “sim” e “não”. O número de formulários corretamente preenchidos e devolvidos pelos entrevistados que, para fins didáticos foram chamados os formulários de “amostras” foram 40 e as perguntas abaixo descritas e explicadas e conjunto com o gráfico gerado.

Questão 1 - “Conhece o código de defesa do consumidor?”

Fartamente se discutiu sobre o quão essencial é uma legislação que venha a proteger o direito fundamental do Consumidor parte vulnerável de uma relação de consumo e, ainda, que a criação da Lei 8.078/1990, como bem descreve o art., 1º deste diploma, nasceu por fundamento nos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias, abordados em na rua Bom Jesus, Centro de Pouso Alegre-MG. A indagação acerca da inserção da defesa do consumidor como um direito fundamental encontra resposta na necessidade de se tutelar a dignidade da pessoa humana face à vulnerabilidade do

indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.”

²²⁴ Art. 17. CDC. “Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento”

²²⁵ Art. 29. CDC. “Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas”.

²²⁶ BENJAMIN, Antonio Herman V. *O Código Brasileiro do Consumidor*. Revista de Direito do Consumidor, v. 7, p. 269, jul-set, 1993.

consumidor e isso só será viável se o destinatário do direito e garantias tiver conhecimento dos mesmos. É tradução de um personalismo ético²²⁷. A Ideia Central (IC) da presente é saber o alcance da lei 8.078/1990, se é conhecida.

Com efeito, o Código de Defesa do Consumidor tutela o consumidor como um “sujeito de direitos especiais”, constitucionalmente reconhecido como merecedor de proteção especial, em face de um conjunto de normas e princípios para defesa de seus direitos. Importa ao intérprete considerar esta valoração constitucional, restando, a defesa do consumidor como um direito humano fundamental, que enseja a tutela de interesses existenciais e patrimoniais da pessoa humana, mas nenhum sentido terá tal proteção se não for conhecido por seus destinatários, em especial pela parte digna de ampla proteção. Tal configuração reflete-se na validação da relação de consumo, composta pelo fornecedor, produto ou serviço e o consumidor pois pode afastar a manifestação inequívoca de vontade: como dizer que anuiu ao negócio sem conhecer os direitos e deveres assumidos?

Uma das finalidades da Lei 12.291/2010 era levar aos consumidores o conhecimento da lei e, portanto, é essencial saber se o consumidor conhece ou não a Lei 8.078/1990. Os questionários foram perfeitamente respondidos por 40 consumidores e amostras apontaram que, destes 40, 28 deles ou 70% das amostras afirmaram SIM e 12 deles ou 30% das amostras, afirmaram NÃO. Neste sentido a resposta predominante pela soma da maioria simples das respostas geram uma resposta predominante que irá compor o Discurso do Sujeito Coletivo como sendo a resposta única para a pergunta “Conhece o Código de Defesa do Consumidor” como “SIM”. O consumidor conhece o código de defesa do consumidor.

²²⁷ “...daí a necessidade de proteção especial deste sujeito, individual coletivamente considerado no mercado brasileiro, como um corolário do princípio da dignidade da pessoa humana.” (MARQUES, Claudia Lima; MIRAGEM, Bruno. *O direito fundamental de proteção do consumidor e os 20 anos da Constituição: Fundamentos e desafios do direito do consumidor brasileiro contemporâneo*. Coordenação. MARTINS; Ives Gandra; REZEK, Francisco (Org.). Constituição Federal: avanços, contribuições e modificações no processo democrático brasileiro. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008. p.644-6670)

Gráfico 1 (A e B) – Ilustram os resultados da questão 1 proposta

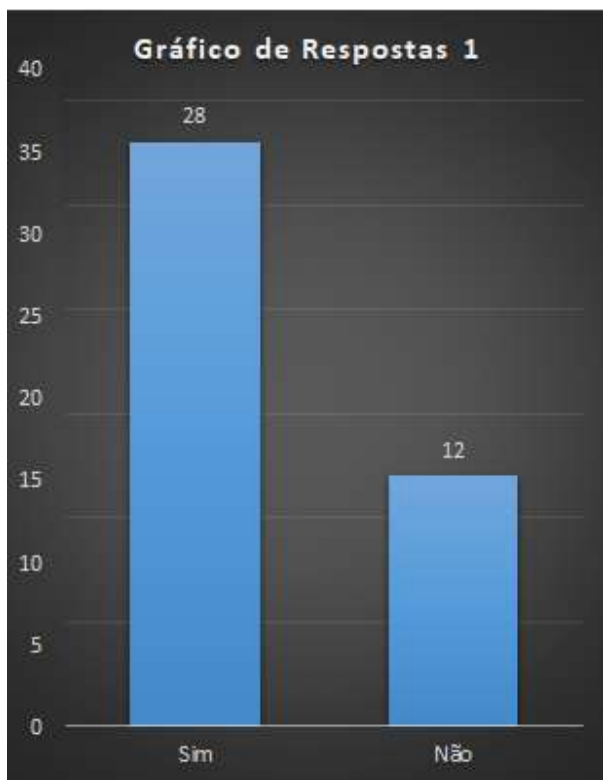


Gráfico 1.A (Números)



Gráfico 1.B (Porcentagem)

O Gráfico 1.A. aponta o número, dentre as amostras, afirmaram conhecer o código de defesa do consumidor 28 das amostras sendo que foram 12 aqueles que não conhecem. O Gráfico 1.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras afirmam conhecer o código de Defesa do Consumidor sendo 70% os que afirmam conhecer e 30% os que afirmam não conhecer. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 1 de respostas (Cf. Apêndice C).

Questão 2 – “Já solicitou o Código de Defesa do Consumidor em algum Estabelecimento?”

A presente questão vem buscar conhecer, não apenas a ligação entre “conhecer o direito” aprofundado na questão 1 como, ainda, observar o quão é usado, bem como, o quão efetivo, eficaz é o objeto de obrigação definido na Lei 12.291/2010. Lembre-se, a proteção do consumidor é preceito fixado em nossa Constituição Federal e nos mais diversos normativos, brasileiros e estrangeiros. Neste sentido, além da edição do próprio Código de Defesa do

Consumidor, diversas normas e regulamentos estão sempre sendo editados e atualizados visando dar cumprimento ao público consumidor dentre estas normas regulamentadores a Lei 12.291/2010.

Para ampliar o acesso e conhecimento do código de defesa do consumidor, além de possibilitar uma educação de consumo é que, em dia 20 de julho de 2010, foi sancionada pelo presidente Lula, a Lei 12.291, que fixou a obrigação dos estabelecimentos comerciais e/ou de prestação de serviços, de disponibilizarem ao público de modo geral, um exemplar da Lei 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor -CDC. Com essa nova norma, todos os estabelecimentos do ramo do comércio ou que sirvam à prestação de serviços, estão obrigados a deixar à disposição do público, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 exemplar do CDC sendo certo que, o consumidor, pode, ou até mesmo deve, pedir e ter acesso a esta norma quando se fizer necessário.

A pergunta, portanto, se justifica para apurar os efeitos pragmáticos da Lei 12.291/2010, para compreender se, sendo obrigatória disponibilidade do exemplar nos estabelecimentos isso vai ampliar o interesse e acesso, estudo da lei pelo consumidor. Os questionários foram perfeitamente respondidos por 40 consumidores e amostras apontaram que, destes 40 participantes, 2 deles ou 5% das amostras afirmaram SIM e 38 deles ou 95% das amostras, afirmaram NÃO. Neste sentido a resposta predominante pela soma da maioria simples das respostas geram uma resposta predominante que irá compor o Discurso do Sujeito Coletivo como sendo a resposta única para a pergunta “Já solicitou Código de Defesa do Consumidor em algum estabelecimento?” como “NÃO”. O consumidor não tem hábito de solicitar código de defesa do consumidor nos estabelecimentos, ainda que precisem discutir algum ponto controverso.

Ainda, conversas de iniciação e explicação da pesquisa puderam demonstrar que, por não algo usual, habitual, o consumidor simplesmente tem receio, vergonha de exercer este direito e, ainda, muitos questionaram motivo pelo qual pediriam, presumido que todos devem conhecer a lei ou que é insuficiente portar o exemplar se surgir um possível conflito. O que se deve valer na presente é que, habitualmente, independente dos motivos o consumidor não exerce este direito e não pede o exemplar do código de defesa do consumidor.

A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, saber os impactos da Lei, 12.291/2010 no dia a dia. Os gráficos abaixo ilustram as repostas obtidas em tabelas apontando as repostas das amostras e foram montados a partir da análise da tabela construída com base nos dados e respostas de cada um dos entrevistados, aqui chamados, amostras. São dois gráficos diversos para apontar numeração e porcentagem e tornar visual a

reposta predominante.

Gráfico 2 (A e B) – Ilustram os resultados da questão 2 proposta

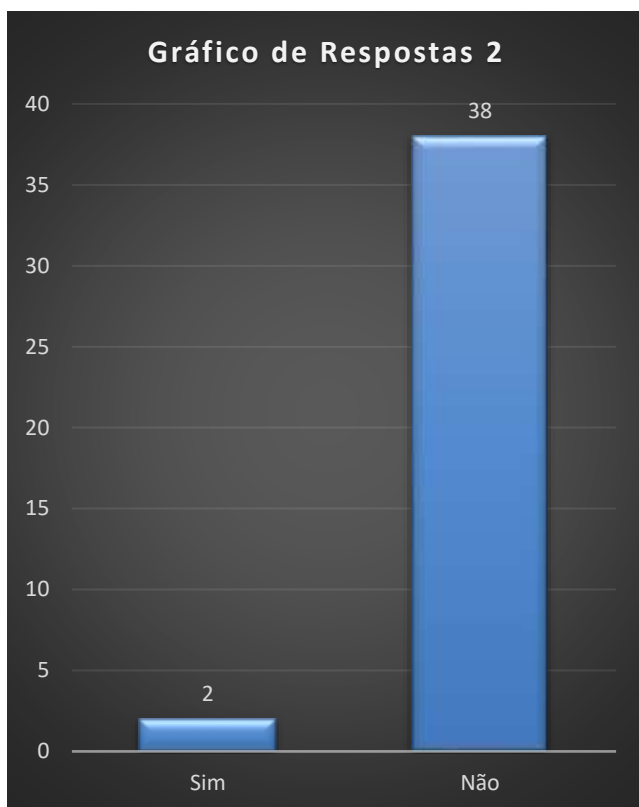


Gráfico 2.A (Números)



Gráfico 2.B.(Porcentagem)

O Gráfico 2.A. aponta o número, dentre as amostras que somam um total de 40 amostras, afirmaram SIM, que já ter solicitado o código de defesa do consumidor nos estabelecimentos foram 2 das amostras sendo 28 aqueles que não solicitaram. O Gráfico 2.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras afirmam ter solicitado o código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos sendo 5% os que afirmam ter solicitado e 95% os que afirmam não ter solicitado. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 2 de respostas (Cf. Apêndice C).

Gráfico 3. A forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?

Conforme bastante discutido nos capítulos anteriores o consumidor é considerado parte vulnerável da relação de consumo em diversos aspectos e um destes está vulnerabilidade intelectual pois, diferente do fornecedor o conhecimento que o consumidor possui do produto

é limitado e bastante imparcial visto o desejo ou a necessidade de adquirir determinado produto. O princípio da vulnerabilidade consagra a ideia da necessidade de se manter o equilíbrio nas relações entre o consumidor e fornecedor, garantindo a isonomia entre estes sujeitos quando das suas atuações no mercado e protegendo o polo mais fraco nas transações consumeristas.

O código de defesa do consumidor exige transparência dos atores do consumo, impondo às partes o dever de lealdade recíproca a ser concretizada antes, durante e depois da relação contratual em especial o direito a ampla informação e transparência, fundamentados pelo princípio da transparência; Frisa a lei que as cláusulas que implicarem este direito, indiretamente lançam uma limitação de direito de expressão do vendedor pois, observando a necessidade de o consumidor ter ampla informação não podem restringir as informações apenas aos seus interesses de venda e muito menos apontar as informações de forma a induzir o consumidor a erro. Este é um dos direitos que mais se ouve reclamação de ausência de respeito à informação e transparência e, diga-se, está diretamente ligado à educação de consumo, uma pessoa bem informada não será facilmente influenciada.

O conjunto de acesso ao exemplar do código com uma adequada educação de consumo pode afastar o induzimento a erro, a compra sem limites e sem necessidade e diminuir consideravelmente os prejuízos recorrentes ao consumidor. Se a Lei 12.291/2010 conseguir atingir sua eficácia a transparência ficará ainda mais visível e o papel de um vendedor terá menor impacto no aceito do consumidor, na compra concluída. A ideia central(IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, saber se o consumidor tem uma educação de consumo que lhe permite planejar se vai ou não praticar consumo ou apenas se deixa agir pelo desejo, enriquecendo ainda mais a necessidade de transparência e de vasta informação e educação.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 40 consumidores e amostras apontaram que, destas 40 amostras, 36 deles ou 90% das amostras afirmaram SIM e 4 deles ou 10% das amostras, afirmaram NÃO. Neste sentido a resposta predominante pela soma da maioria simples das respostas geram uma resposta predominante que irá compor o Discurso do Sujeito Coletivo como sendo a resposta única para a pergunta “A forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?” como “SIM”. O consumidor não tem uma educação de consumo adequada, a princípio, sendo influenciado pelo atendimento do vendedor.

Gráfico 3 (A e B) - Ilustram os resultados da questão 3 proposta

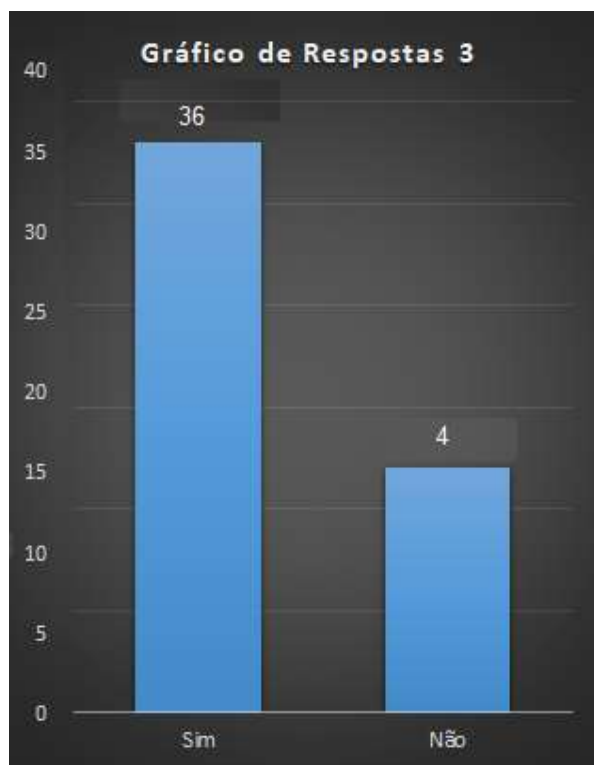


Gráfico 3.A (Números)

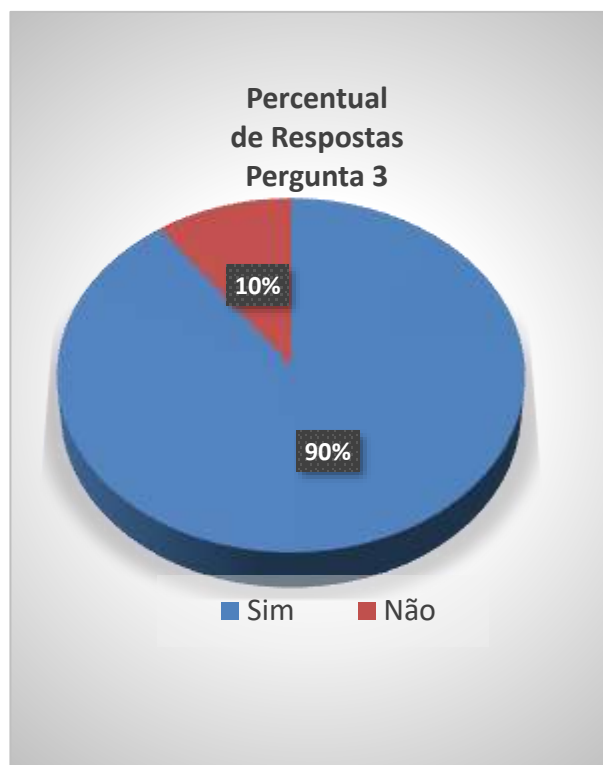


Gráfico 3.B.(Porcentagem)

O Gráfico 3.A. aponta o número, dentre as amostras quem somam um total de 40 amostras, foram 36 das amostras afirmando SIM, que são influenciados pela forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja na sua decisão de compra contra 4 da amostra afirmando NÃO, que não são influenciados A forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja na sua decisão de compra. O Gráfico 3.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras afirmam a forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra”, sendo 10% os que afirmam não serem influenciados contra 90% dos que afirmam serem influenciados. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 3 de respostas (Cf. Apêndice C).

Questão 4 – Conhece a 12.291/2010?

Diretamente ligada à questão 2, a questão 4 vem demonstrar o alcance da Lei 12.291/2010 afinal foi construída para ampliar acesso e conhecimento dos consumidores a lei

8.078/1990 que lhe ampara com direitos e garantias constitucionais bem como, com leitura e acesso a lei gerar consciência de consumo, mas é essencial que o beneficiário de um direito tenha conhecimento do direito que possui. Muitas vezes para ilustrar a conversa ou tornar claro ao consumidor qual seria esta lei (visto que conhecer o direito é bem diferente de conhecer e guardar numeração de lei) usava-se como exemplo as famosas “plaquinhas” que afirmam “Este estabelecimento possui exemplar do código de defesa do consumidor à disposição”, placa esta facilmente vista em diversos estabelecimentos e, com tal exemplo, o consumidor passava a responder à pergunta.

Mesmo com a necessária conceituação do que significa “Lei 12.291/2010”, deixando o consumidor ciente de que, ter acesso à exemplar da lei é direito seu ao qual o dono de estabelecimento está obrigado, estendia-se a conversa para informar ao mesmo que, um dos fundamentos da lei é acreditar que a lei 8.078/1990 que regulamente direitos do consumidor na atividade de consumo, é um dos principais dispositivos legais consonantes, nunca hierárquicos, e sempre com absoluta autonomia normativa pois é lei especial e é visto como um dos mais fáceis diplomas de entender e ter imediata compreensão, até pelo mais leigo. Afirmo o legislador, de certa forma, que não entender a Lei demonstra despreparo cultural, por má educação, inclusive, e principalmente no Nobre Ato da Leitura e de conhecimento. Entenderia também que ler a Lei é uma fonte de saber precisa.

Neste sentido a questão ora levantada será essencial para compreensão final da presente pois, é correto afirmar que se a própria lei que tenta ampliar o acesso dos consumidores ao Código de Defesa do consumidor e, a partir da leitura, do acesso gerar uma educação de consumo se a própria obrigação (Lei) é desconhecida? A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, saber se a Lei tem sua fundamentação conhecida e se o beneficiário sabe dos direitos que tem.

. Os questionários foram perfeitamente respondidos por 40 consumidores e amostras apontaram que, destes 40 participantes, 6 deles ou 15% das amostras afirmaram SIM que conhecem a Lei 12.291/2010 e 34 deles ou 85% das amostras, afirmaram NÃO, que não conhecem a Lei 12.291/2010. Neste sentido a resposta predominante pela soma da maioria simples das respostas geram uma resposta predominante que irá compor o Discurso do Sujeito Coletivo como sendo a resposta única para a pergunta “Conhece a Lei 12.291/2010?” como “NÃO”. O consumidor, portanto, não conhece a Lei 12.291/2010 e os direitos que lhes garante.

Gráfico 4 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 4 proposta

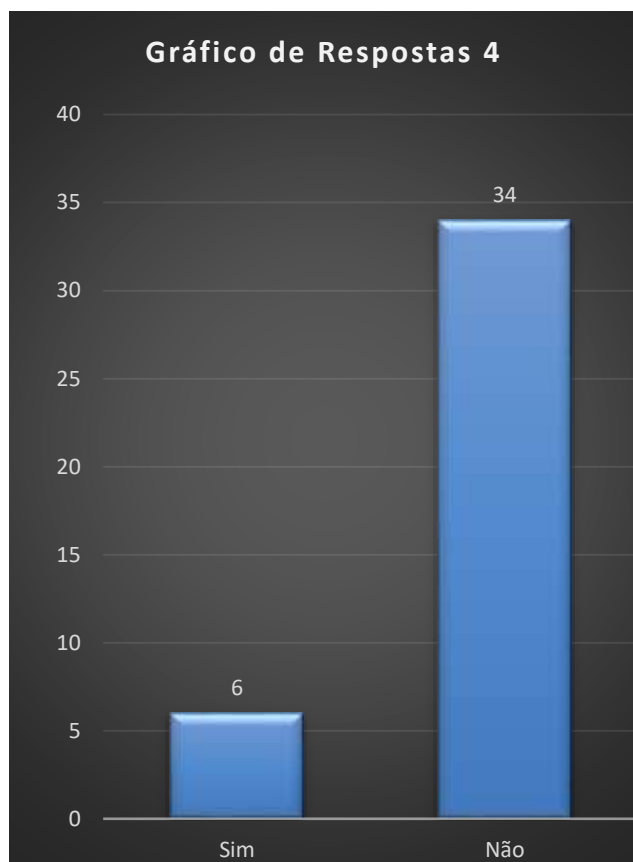


Gráfico 4.A (Números)



Gráfico 4.B.(Porcentagem)

O Gráfico 4.A. aponta o número, dentre as amostras, quem somam um total de 40 amostras, foram 6 amostras afirmando SIM que conhecem a Lei 12.291/2010 e 34 amostras afirmam NÃO, não conhecem a lei 12.291/2010, ilustrando por números a respostas predominante. O Gráfico 4.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras, 15% são os que afirmam que conhecem a Lei 12.291/2010 contra 85% dos que afirmam não conhecerem a Lei 12.291/2010. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 4 de respostas (Cf. Apêndice C).

Questão 5 - Sabe quais os direitos o código de defesa do consumidor lhe dá?

A Lei 12.291/2010 veio para ampliar acesso e leitura da Lei 8.078/1990, partindo da premissa que, é a chave de leitura do Código de Defesa do Consumidor um amparo da vulnerabilidade já que gera uma educação de consumo suficiente. Porém, deve ser entendida

não apenas em seu sentido econômico, informação, cultura ou valor do contrato firmado, mas, dentre outros fatores, ela pode se caracterizar – se insuficiente pela situação de dependência do produto, pela imposição do contrato, pelo monopólio da produção do bem ou sua qualidade insuperável, e até mesmo pela necessidade de obtenção do bem ou serviço e, em especial, pelo fato de que cada situação é pessoal, peculiar e as pessoas também tem capacidades diversificadas de compreensão, aprendizado. Todas as perguntas anteriores estão ligadas por um único aspecto “compreender o quanto a obrigação vinculada ao fornecedor de disponibilizar um exemplar da lei divulga, ampara e educa o consumidor.

No Estado Democrático de Direito os direitos fundamentais ingressam nas relações privadas com um caráter de normas imediatamente aplicáveis, ou com um perfil de ordem objetiva de valores, destituindo-se da feição de normas programáticas, para influenciar na aplicação, interpretação e até mesmo criação das normas jurídicas. Superada a visão do Código Civil como a “Constituição do Direito Privado”, os princípios e valores constitucionais tornam-se a chave de leitura das relações privadas. Dissipando as rígidas fronteiras entre o público e o privado, o contrato passa a ser instrumento de realização de direitos fundamentais nas relações entre particulares e é essencial, não apenas para fins de reposta do problema proposto neste trabalho se o consumidor conhece seus direitos, mas, também, para ter-se a certeza de que um dos principais negócios jurídicos praticados neste Estado democrático de Direito é válido com uma manifestação inequívoca de vontade.

Evidencia-se, nesta questão, esgotadas as possibilidades de não se entender os propósitos da lei 12.291/2010, apurar o quanto ambas as Leis, 8.078/1990 e 12.291/2010, foram compreendidas, alcançadas pelo consumidor e apurar ainda, a necessidade ou não de mais campanhas esclarecedoras da população, da maior participação política, e mais ainda a publicidade nos veículos de comunicação, e no meio acadêmico em geral sobre os direitos e garantias do consumidor que não podem ser impostos por uma nova lei, por uma nova obrigação atribuída a uma das partes da relação de consumo. A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, além de complementar a questão 1 saber o alcance da lei 12.291/2010 se ela pode gerar uma educação de consumo e tornou os consumidores cientes de seus direitos.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 40 consumidores e amostras apontaram que, destes 40 participantes, 20 deles ou 50% das amostras afirmaram SIM que sabem quais os direitos o código de defesa do consumidor lhe dá, e 20 deles ou 50% das amostras, afirmaram NÃO, que não, que não sabem quais os direitos o código de defesa do consumidor lhe dá. Neste sentido não há resposta predominante - pela soma da maioria simples

das respostas - que geram uma resposta predominante que irá compor o Discurso do Sujeito Coletivo. Neste caso não existe uma resposta única para a pergunta “sabe quais os direitos o código de defesa do consumidor lhe dá?” pois dividem – se entre os que conhecem e não conhecem.

Gráfico 5 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 3 proposta

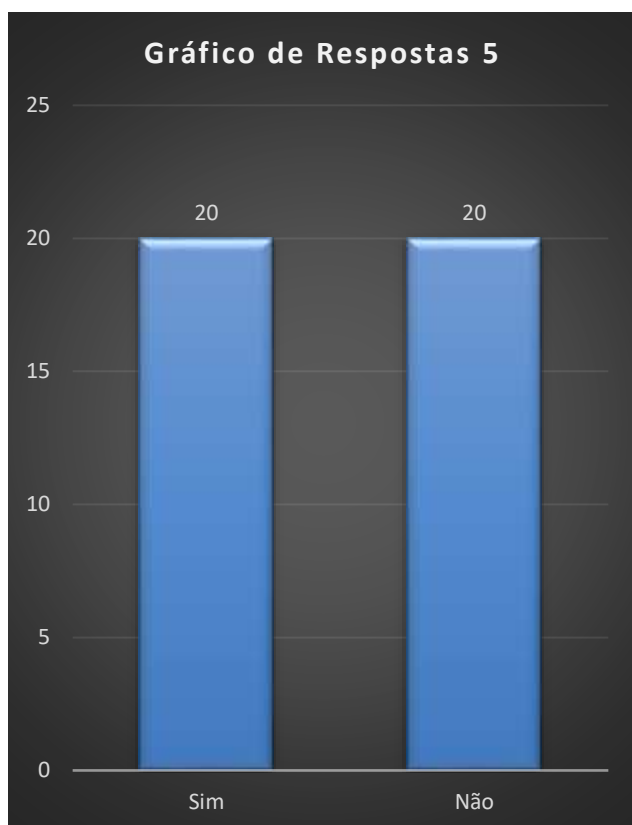


Gráfico 5.A (Números)



Gráfico 5.B.(Porcentagem)

O Gráfico 5.A. aponta o número, dentre as amostras, que geram total de 40 amostras, 20 amostras responderam SIM, afirmam saber o direito que o código de defesa do consumidor lhes dá e 20 os que afirmam não sabem o direito que o código de defesa do consumidor lhes dá, ilustrando por números a respostas predominante. O Gráfico 5.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras, sendo 50% são os que afirmam que sabem o direito que o código de defesa do consumidor lhes dá contra 50% dos que afirmam não Sabem o direito que o código de defesa do consumidor lhes dá. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 5 de respostas (Cf. Apêndice C).

3.4.2. Fornecedor de Produtos e Serviços: Participantes do Grupo 2.

A caracterização da relação de consumo requer duas partes, composta pelo fornecedor, produto ou serviço e o consumidor. O Grupo 2 é composto pelo fornecedor de produto e serviço que, segundo o artigo 3º do Código de Defesa do Consumidor é “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços” são fornecedores. O elemento presente em todos esses casos de atividade de fornecimento é a habitualidade. Eis que não existindo tal característica, a disciplina jurídica da Lei 8.078/90 é afastada em favor do Código Civil.

Os parágrafos 1º e 2º do artigo 3º da lei consumerista afastam a classificação dos bens, delineada pelo Código Civil, e atém-se ao produto ou serviço. Enquanto produto é um bem material ou imaterial, o serviço é uma atividade, caracterizada pela remuneração. Não obstante tal exigência, e, embora não seja objeto discussão do presente, apenas para fins de conceito, é correto afirmar que a relação de consumo não por requisito onerosidade, embora a maioria delas e todas as que foram objeto desta pesquisa sejam serviços remunerados²²⁸.

Conceituado o segundo integrante da relação de consumo e integrante do grupo 2 de entrevistados e destacados sua importância na relação explica-se, mesmo parecendo notório, o motivo de ser este sujeito abordado pela pesquisa. A lei 12.291/2010 obrigada o empresário a manter, em local de fácil acesso, exemplar do Código de Defesa do consumidor, ainda que indiretamente impondo a este uma obrigação de transmitir a lei e fornecer uma educação de consumo que, a priori, seria uma tarefa Estatal exclusiva mas isso justificado na presunção de boa-fé das relações, da transparência que é direito do consumidor previstos no art. 4º e 6º da Lei 8.078/1990 e, também, na ideia de que todos somos consumidores e uma educação de consumo gera benefícios a todos, incluindo o empresário.

Neste sentido é precioso analisar: se o empresário está apto a debater sobre a Lei 8.078/1990, se o próprio conhece a Lei e a obrigação lhe imposto na Lei 12.291/2010, se possui o exemplar da lei consigo e, claro, alcance desta postura. Para obter as repostas destas problematização o empresário que mantinha estabelecimento com sede cuja porta do comercio era voltado para Rua Bom Jesus, portanto o endereço foi o primeiro diferencial, eleitos aqueles cujos estabelecimentos tinham sede na Rua Bom Jesus da cidade de Pouso Alegre da seguinte

²²⁸ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor: o novo regime das relações contratuais*. 6.ed.rev.atual.e ampl. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2011, P.159-161.

forma: a pesquisadora ia até o estabelecimento e, antes de mesmo de entrar – naqueles cuja entrada era permitido visto às restrições de pandemia – iniciava a conversa e apresentação e, concordando com a pesquisa a mesma era formalizada e concluída. Lojas filiais, de grandes empresas foram excluídas, bem como lojas de medicamentos e alimentação.

O número de fornecedores que entregaram questionários preenchidos e, devidamente, validados foi de 20 amostras e foram distribuídos questionários estruturados com 7 questões fechadas que serão explicadas de forma escrita e por gráficos abaixo.

Questão 1: Conhece o Código de Defesa do Consumidor?

A última questão lançada ao consumidor, sem dúvida, é a primeira e mais importante questão voltada ao Fornecedor de Produtos e Serviço afinal, este é a parte “não vulnerável”, hiper suficiente (intelectual, financeira, estrutura, juridicamente amparado), aquele que, por regra, fórmula os termos do contrato do negócio jurídico celebrado entre as partes, aquele que produz e garante o produto e serviço. O principal efeito da Lei 12.291/2010 (ou a sua ausência) é a obrigação imposta aos fornecedores de produtos ou serviços a terem em seus estabelecimentos um exemplar do Código de Defesa do Consumidor, a fim de possibilitar que o consumidor tenha acesso à legislação e, assim, possa conhecer mais seus direitos se este não conhece a lei que disponibiliza é evidente que não terá condições de explicar a mesma e respeitas suas garantias.

Um dos pontos fundamentais da relação de consumo é a educação de consumo, prevista no artigo 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor elenca como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres. Só por observar este inciso já se entende o impacto desta questão na apuração dos efeitos pragmáticos, da eficácia da Lei 12.291/2010, impossível tornar disponível ou até mesmo praticar o que se desconhece. A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, saber o alcance que tem a lei 8.078/1990, se seus destinatário a conhecem.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 18 deles ou 90% das amostras afirmaram SIM que conhecem o código de defesa do consumidor, e 02 deles ou 10% das amostras, afirmaram NÃO, que não conhecem o código

de defesa do consumidor. Neste a resposta predominante é SIM os empresários, fornecedores de produtos e serviço conhecem o código de defesa do consumidor. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 1 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 1 proposta

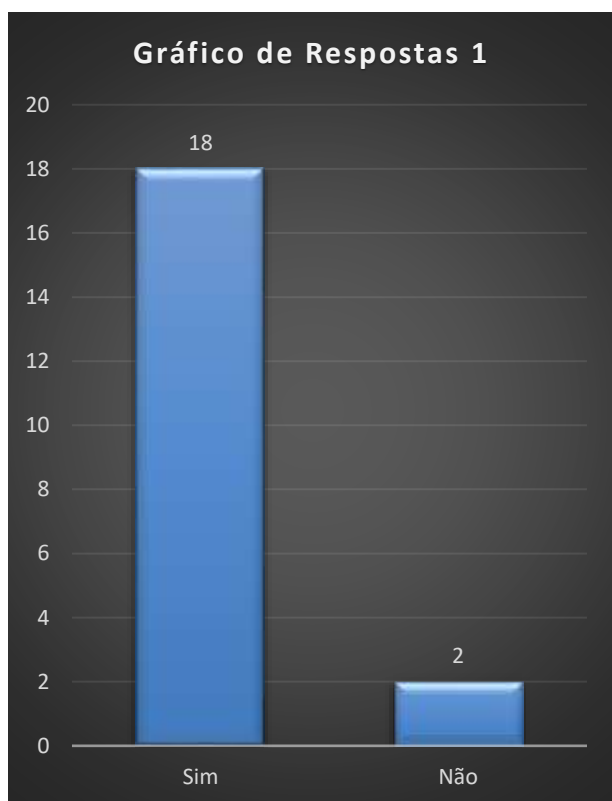


Gráfico 1.A (Números)

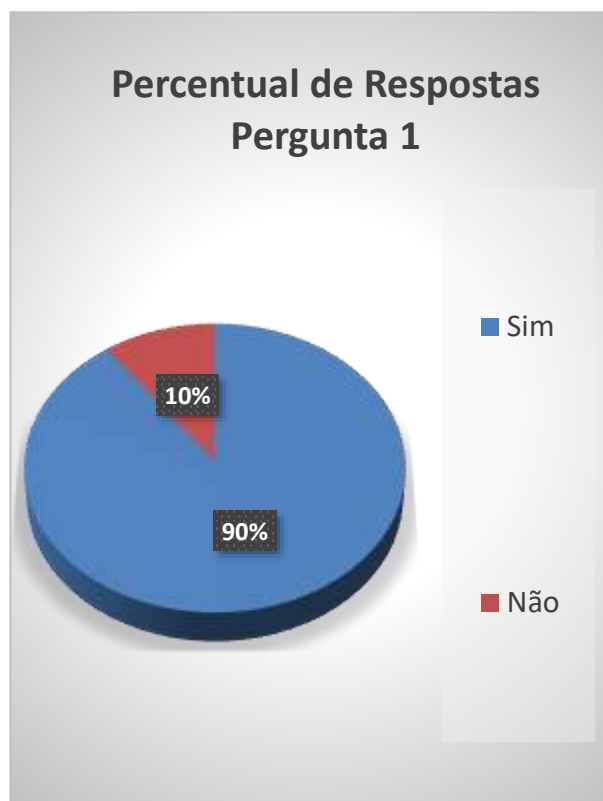


Gráfico 1.B.(Porcentagem)

O Gráfico 1.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 18 deles afirmando conhecem o código de defesa do consumidor e 02 são os que afirmam não conhecerem o código de defesa do consumidor e, ilustra por números a respostas predominante que é SIM. O Gráfico 1.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras manifestaram pela resposta predominante, sendo 90% são os que afirmam que conhecem o código de defesa do consumidor contra 10% dos que afirmam não conhecem o código de defesa do consumidor. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 1 de respostas (Cf. Apêndice D).

Questão 2. Tem o Código de Defesa do Consumidor em Seu estabelecimento.

A presente questão é essencial pois observa se os fornecedores de produtos e serviços cumprem a Lei 12.291/2010, afinal se eles não cumprem a lei não efeito desta na sociedade, pelo menos não no espaço em que se aplicou a pesquisa. Não é objeto da pesquisa entender o motivo de ter ou não o exemplar em sede, de estar ou não cumprindo a lei. A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, se a lei vem sendo observada ou já caiu em desuso ou esquecimento pelos agentes principais.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 15 deles ou 75% das amostras afirmaram SIM que possuem o exemplar do código de defesa do consumidor, e 05 deles ou 25% das amostras, afirmaram NÃO, que não possuem exemplar do código de defesa do consumidor. Neste a resposta predominante é SIM os empresários, fornecedores de produtos e serviço possuem o exemplar do código de defesa do consumidor disponível. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 2 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 2 proposta

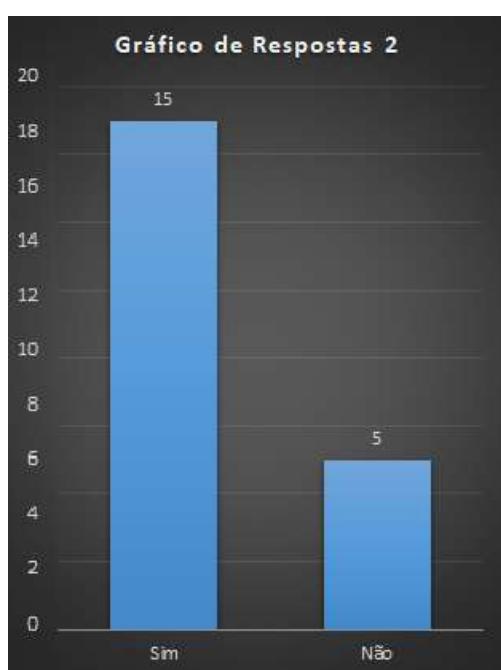


Gráfico 2.A (Números)



Gráfico 2.B.(Porcentagem)

O Gráfico 2.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 15 deles afirmando SIM possuem o exemplar do código de defesa do consumidor e 05 delas afirmando NÃO que não possuem exemplar do código de defesa do consumidor e, ilustra por números a respostas predominante que é SIM. O Gráfico 2.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras manifestaram pela resposta predominante, sendo 75% são os que afirmam que possuem o exemplar do código de defesa do consumidor contra 25% dos que afirmam não possuem o exemplar do código de defesa do consumidor. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 2 de respostas (Cf. Apêndice D).

Questão 3. Conhece a Lei 12.291/2010?

A pergunta 3, designada ao fornecedor de serviços e produtos, afinal a Lei 12.291/2010 impõe uma obrigação e consequências ao mesmo com objetivo de dar à população consumerista acessibilidade à norma. Se pensar que a intenção do legislador era viabilizar ao consumidor o acesso ao CDC, por meio de um ato praticado pela outra parte da relação de consumo é, por óbvio, essencial que esta parte conheça a lei e a obrigação que lhe é imposta. Ressalta-se que, da mesma forma que foi feito com consumidor aqui neste grupo também foi explicado o que é a Lei 12.291/2010 pois não é obrigação de nenhum cidadão decorar numeração de uma norma, mas apenas conhecer suas orientações.

O que chamou atenção na presente questão foi que, muitos daqueles que responderam, mesmo após a explicação do que se trata a Lei 12.291/2010 afirmaram que não sabiam de sua existência, mas tinham o código em seus estabelecimentos, inclusive, responderam sim para pergunta neste sentido. A explicação foi que, ao abrirem o estabelecimento, dentre a lista de documentos que o estabelecimento precisa portar estava o código de defesa do consumidor em local visível e que, tal lista, em regra lhes era repassado pelo setor de contabilidade, mas, ainda assim desconheciam a lei, desconheciam as consequências e, ainda, sequer sabia que era obrigatório, acreditavam ser um “Plus” para demonstrar respeito às leis e ao cliente.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 5 deles ou 25% das amostras afirmaram SIM que conhecem a Lei 12.291/2010,

e 15 deles ou 75% das amostras, afirmaram NÃO, que não conhecem a lei 12.291/2010. Neste a resposta predominante é SIM os empresários, fornecedores de produtos e serviço possuem o exemplar do código de defesa do consumidor disponível. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 3 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 3 proposta

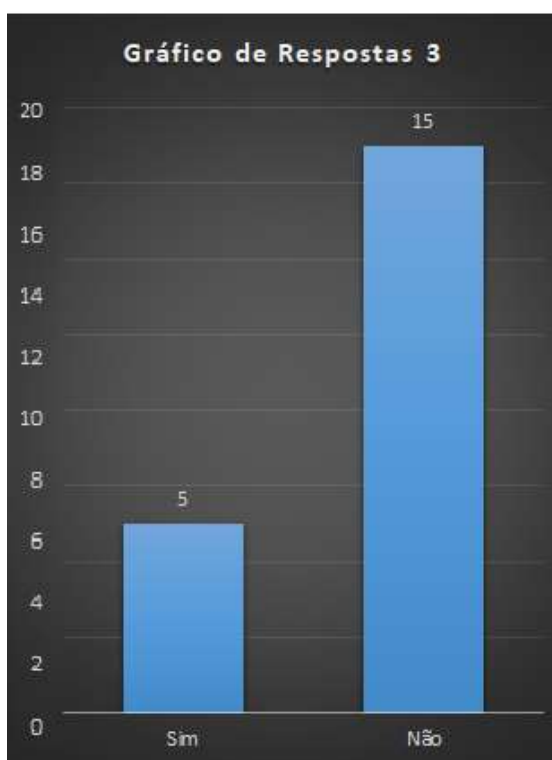


Gráfico 3.A (Números)



Gráfico 3.B.(Porcentagem)

O Gráfico 3.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 5 deles afirmando SIM conhecem a Lei 12.291/2010 e 15 deles afirmando NÃO que não conhecem a Lei 12.291/2010 e, ilustra por números a respostas predominante que é NÃO. O Gráfico 3.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras manifestaram pela decisão predominante, sendo 15% são os que afirmam que conhecem a lei 12.291/2010 contra 75% dos que afirmam que não conhecem a Lei 12.291/2010. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 3 de respostas (Cf. Anexo F).

Questão 4. Consegue, a partir da leitura, conhecer o código de defesa do consumidor?

Observe que, pressuposto da lei 12.291/2010 é que a Lei 8.078/1990 é de fácil compreensão e, a partir de sua leitura, as partes podem compreender e ter consciência de que é detentor do direito em determinada situação e isso já afastaria, talvez, até a vulnerabilidade e, ainda, em caso de dúvida o fornecedor é parte hiper suficiente e capaz de explicar a norma ao consumidor para indicar o possível equívoco gerando uma educação de consumo, bem como tornando conhecido os direitos e deveres descritos na Lei 8.078/1990.

Entende -se que o consumidor é hipossuficiente pois se encontra em situação de impotência ou de inferioridade na relação de consumo, ou seja, está em desvantagem em relação ao fornecedor, decorrente da falta de condições de produzir as provas em seu favor ou comprovar a veracidade do fato constitutivo de direito ou até mesmo por desconhecer os reais direitos e deveres que a lei lhe impõe.

Sendo a norma protetiva, objeto de publicidade e respeito pela lei 12.291/1990, direcionada ao consumidor, impondo mais obrigações sob pena de multa ao fornecedor é evidente que, para eficácia da norma, pressupões que aquele que é autor da obrigação é conhecedor da norma que expõe e legitima suas relações habituais de trabalho e, portanto, torna capacitado a repassar a mesma como objetiva a lei 12.291/1990.

Pelos motivos acima é claro a razão pela qual faz se presente, no questionário estruturado desenvolvido a presente questão para, enfim, apurar se o fornecedor de serviços e produtos tem conhecimento da lei protetiva e, portanto, a respeita e está apto a debater sobre o tema. A presente questão também permite que o pesquisador entenda se o legislador tem razão e a lei 8.078/1990 é simples permitindo compreensão pela simples leitura, mas a ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, é saber se fornecedor estaria, ou “se julgaria” apto a substituir o estado na tarefa de gerar o direito à educação previsto no art. 4º, IV do CD e, até mesmo, art. 205 da Constituição Federal.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 16 deles ou 80% das amostras afirmaram SIM que, conseguem, a partir da leitura, entender o Código de Defesa do Consumidor, e 4 deles ou 20% das amostras, afirmaram NÃO, que não conseguem, a partir da leitura, compreender o código de defesa do consumidor.

Neste a resposta predominante é SIM os empresários, fornecedores de produtos e conseguem, a partir da leitura, compreender o código de defesa do consumidor. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 4 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 4 proposta

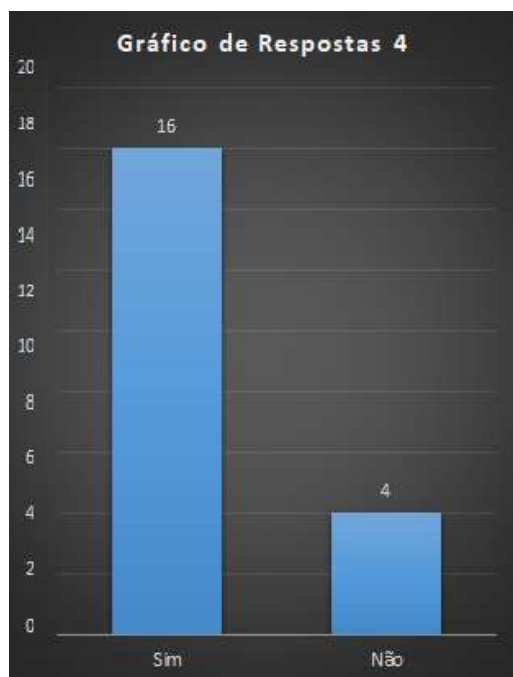


Gráfico 4.A (Números)



Gráfico 4.B.(Porcentagem)

O Gráfico 4.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 16 deles afirmando SIM, que conseguem, a partir da leitura, compreender a Lei 8.078/1990 e 4 deles afirmando que NÃO, que não conseguem, a partir da leitura, compreender a Lei 8.078/1990 e, ilustra por números a respostas predominante que é NÃO. O Gráfico 4.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras manifestaram pela resposta predominante, 80% responderam que SIM, que consegue, a partir da leitura, compreender a Lei 8.078/1990 e 20% que NÃO, que não conseguem, a partir da leitura, compreender a Lei 8.078/1990. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 4 de respostas (Cf. Apêndice D).

Questão 5. Consegue, a partir da leitura, explicar o código de defesa do consumidor.

Ainda na busca em compreender se, de fato, o cidadão tem condição de compreender pela simples leitura uma norma tão importante, dotada de princípios e garantias fundamentais, a partir da lei e, sendo o grupo destinado a esta pergunta aquele considerado hiper suficiente na relação contratual entende-se ser essencial, repita-se em complemento à questão 4, entender se o fornecedor é capaz de explicar as orientações da lei, em especial ao consumidor que virá ler o código por si disponibilizado. Ainda, se casos precise será capaz de apontar onde encontra –

se ou encerra sua razão e concluir uma negociação amparado na lei com respeito pleno a mesma. A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, é saber se fornecedor estaria, ou se julgaria apto a substituir o estado na tarefa de gerar o direito à educação previsto no art. 4º, IV do CD e, até mesmo, art. 205 da Constituição Federal.

A compreensão da lei 8078/2010 é essencial para verificar a eficácia da lei 12.291/2010 pois, sendo um dos objetivos a educação de consumo é notório que esta fica implícita na obrigação atribuída ao empresário de disponibilizar exemplar da lei. Ademais se o comerciante consegue entender é presumível que este também consiga explicá-la fazendo – se valer dos direitos que também possui e pode exigir dos consumidores em especial aquele descrito art. 4º e art. 54, §4º, do CDC.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 13 deles ou 65% das amostras afirmaram SIM que, conseguem, a partir da leitura, entender o Código de Defesa do Consumidor, e 7 deles ou 25% das amostras, afirmaram NÃO, que não conseguem, a partir da leitura, compreender o código de defesa do consumidor.

Neste a resposta predominante é SIM os empresários, fornecedores de produtos e conseguem, a partir da leitura, compreender o código de defesa do consumidor. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 5 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 5 proposta

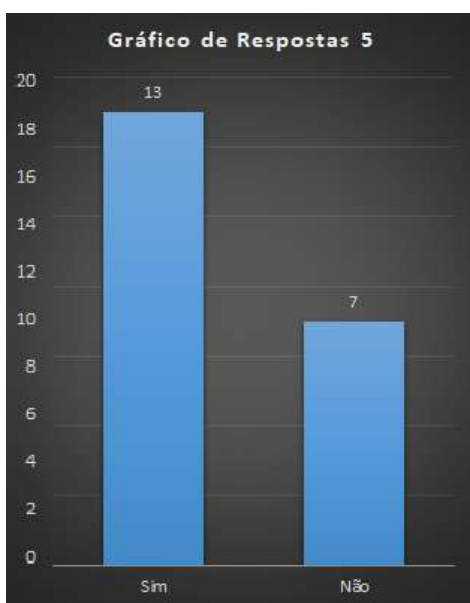


Gráfico 5.A (Números)



Gráfico 5.B.(Porcentagem)

O Gráfico 5.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 13 deles afirmando SIM, que conseguem, a partir da leitura, explicar a Lei 8.078/1990 e 7 deles afirmando que NÃO, que não conseguem, a partir da leitura, explicar a Lei 8.078/1990 e, ilustra por números a respostas predominante que é SIM. O Gráfico 5.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras lançaram a resposta predominante, sendo 65% os que afirmam que, conseguem, a partir da leitura, explicar a Lei 8.078/1990 contra 35% dos que afirmam que NÃO, não conseguem, a partir da leitura, explicar a Lei 8.078/1990. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 5 de respostas (Cf. Apêndice D).

Questão 6. Já lhe foi solicitado código de Defesa do Consumidor?

Apesar de todas as perguntas estarem diretamente ligadas para obtenção de uma resposta ao problema proposto esta pergunta, em especial, está diretamente ligada com a pergunta 2 lançada ao Grupo1 para complementar a informação obtida naquele grupo e tem por finalidade única entender os efeitos pragmáticos da lei 12.291/2010 afinal a solicitação do código é um direito de todo e qualquer consumidor, ainda que não seja cliente daquele estabelecimento, sem necessidade de aviso prévio ou justificativa, bem como é obrigação do fornecedor ter a cópia em local de fácil acesso sob pena de multa de R\$ 1.064,10. A ideia central(IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, os impactos gerados no dia a dia dos agentes da relação de consumo.

Da mesma forma que foi a resposta da pergunta 2 do grupo 1 de consumidor, pela análise das amostras colhidas é possível observar que não há hábito, cultura de se solicitar o exemplar do código de defesa do consumidor ao fornecedor de serviços. Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 0 deles ou 0% das amostras afirmaram SIM que, lhe foi solicitado o exemplar do Código de Defesa do Consumidor, e 20 deles ou 100% das amostras, afirmaram que NÃO, que nunca lhe foi solicitado o exemplar do código de defesa do consumidor.

Neste a resposta predominante é NÃO aos empresários, fornecedores de produtos nunca foi solicitado o código de defesa do consumidor. No gráfico abaixo a análise da questão será

ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 6 (A e B) - - Ilustram os resultados da questão 6 proposta

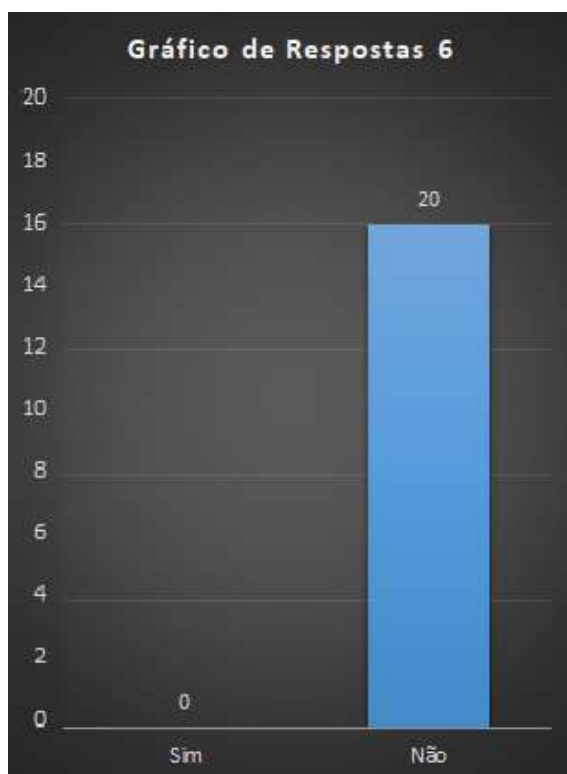


Gráfico 6.A (Números)



Gráfico 6.B.(Porcentagem)

O Gráfico 6.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 0 deles afirmando SIM, que já lhes foi solicitado exemplar do código de defesa do consumidor e 20 deles afirmando que NÃO, que nunca lhes foi solicitado exemplar do código de defesa do consumidor e, ilustra por números a respostas predominante que é NÃO. O Gráfico 6.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras, sendo 0% os que afirmam que já lhes foi solicitado exemplar do Código de Defesa do Consumidor contra 100% dos que afirmam que NÃO, nunca lhes foi solicitado código de defesa do consumidor. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 6 de respostas (Cf. Apêndice D).

Questão 7. Já houve solução de conflito pela disponibilidade e leitura do Código de Defesa do Consumidor?

Sendo o consumidor o ator principal nas relações de consumo, pois é ele o destinatário

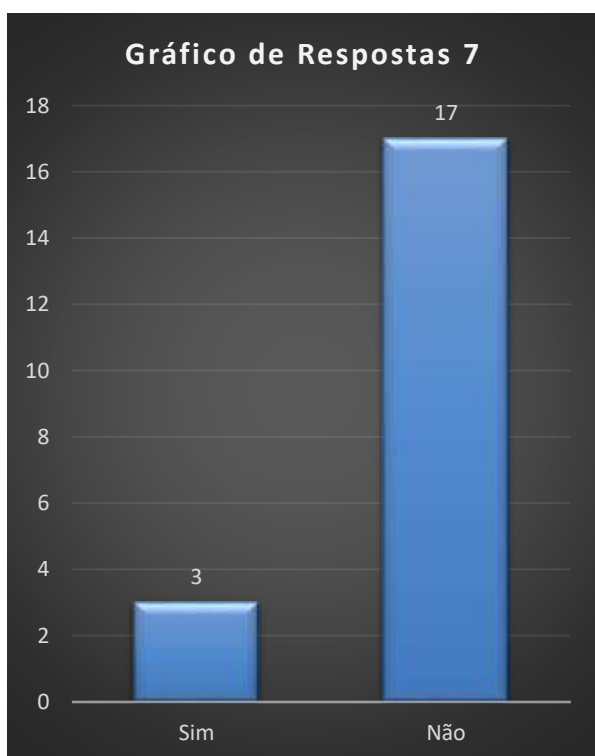
final de todo produto ou serviço que vai para o mercado de consumo, entendeu o legislador que esse sujeito (consumidor) tem o direito de saber quais são os seus direitos e garantias asseguradas no CDC, com isso editou-se a lei 12.291, sancionada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicada na edição de 20 de julho de 2010 do Diário Oficial da União. A lei obriga todos os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços a manter um exemplar do CDC em local visível e de fácil acesso ao público. Caso o consumidor procure o Código de Defesa do Consumidor e não o encontre no estabelecimento, poderá ser aplicada multa de até R\$ 1.064,10.

O objetivo da medida é dar à população consumerista acessibilidade à norma. Compreendendo que a intenção do legislador era viabilizar ao consumidor o acesso ao CDC e que a partir daí seria possível criar uma educação de consumo e, portanto é pertinente e necessária os dados colhidos com esta questão, afinal, tendo o exemplar disponível, ainda que não lhe seja solicitado o próprio empresário pode indicar o artigo que o ampara ou mesmo analisar situação apontada pelo consumidor para convencer de que o consumidor tem razão ou não, isso, também uma educação e consumo informal. A ideia central (IC) que esta questão vai permitir colher é, especialmente, os impactos gerados no dia a dia dos agentes da relação de consumo.

Os questionários foram perfeitamente respondidos por 20 fornecedores de serviços e produtos que passam, para fins didáticos, serem vistos como amostras e, destes, haverá um resultado predominante que irá compor o Discurso do sujeito Coletivo, sendo predominante a resposta que, por maioria simples, se destacar. Estas amostras apontaram que, destes 20 entrevistados, 3 deles ou 15% das amostras afirmaram SIM que já solucionaram conflito pela disponibilidade ou uso do exemplar do Código de Defesa do Consumidor, e 15 deles ou 85% das amostras, afirmaram que NÃO, que nunca solucionaram conflito pela disponibilidade ou consulta ao exemplar do código de defesa do consumidor.

Neste a resposta predominante é NÃO os empresários, fornecedores de produtos nunca solucionaram conflito pela disponibilidade ou consulta ao exemplar do código de defesa do consumidor. No gráfico abaixo a análise da questão será ilustrada para melhor e maior compreensão.

Gráfico 7 (A e B)

**Gráfico 7.A (Números)****Gráfico 7.B.(Porcentagem)**

O Gráfico 7.A. aponta o número, dentre as amostras, dentre os que foram entrevistados que geram total de 20 amostras, 3 deles afirmando SIM, que já solucionaram conflito pela disponibilidade ou leitura do exemplar do código de defesa do consumidor e 17 deles afirmando que NÃO, que nunca solucionaram conflito por disponibilizar ou pela leitura do exemplar do código de defesa do consumidor e, ilustra por números a respostas predominante que é NÃO. O Gráfico 7.B aponta em porcentagem quantos do total de 100% das amostras, sendo 15% os que afirmam que já solucionaram conflito por disponibilizar ou pela leitura do Código de Defesa do Consumidor contra 85% dos que afirmam que NÃO, nunca solucionaram conflito por disponibilizar ou pela leitura do exemplar do código de defesa do consumidor. Estes gráficos foram montados a partir dos resultados apurados na tabela 7 de respostas (Cf. Apêndice D).

Feita a análise dos dados quantitativos de forma detalha e específica passa a se definir o discurso coletivo a partir da decisão predominante de cada uma das perguntas para obtenção de uma única resposta ao problema proposto, considerando, inclusive, a relevância das perguntas e respostas obtidas.

3.4.3 A formação do Discurso do Sujeito Coletivo: análise e debate das questões e respostas predominantes.

As representações neste tópico têm por finalidade demonstrar através de tabelas e gráficos conclusivos quais foram os discursos coletivos resultado das repostas predominantes (coma por maioria simples) em cada uma das perguntas destinadas para cada grupo, frente à análise de conteúdo das entrevistas realizadas com os sujeitos da relação de consumo incluídos no espaço da pesquisa. Conforme já explanado, assim que a análise do discurso das entrevistas fora sendo realizada, as ancoragens e as respostas predominantes foram sendo destacadas. Após a catalogação dessas decisões, diversas ideias centrais, ou o significado de cada resposta à luz do estudo proposto foram reconhecidas nos discursos dos entrevistados referentes àquelas respostas predominantes correspondentes.

Notou-se neste ponto que os significados, a(s) ideia(s) central(si) de algumas questões propostas para cada grupo, em sua maioria, correspondiam linearmente com as ideias centrais de cada grupo de entrevistados. Assim, através de planilha constante - disponíveis no apêndice-, pode-se notar como a técnica metodológica do discurso coletivo fora executada a fim de agrupar as finalidades ou ideias centrais (únicas em cada uma das perguntas fechadas) em um mesmo discurso coletivo e as ideias centrais desiguais foram agrupadas em discursos coletivos próprios. O objetivo desta prática é expressar de maneira fiel a relevância de impressões e a diversidade de informação produzida pela análise dos questionários respondidos.

A primeira situação observada, vale destacar, foi a “cultura”, como hábitos de consumo são praticados de acordo com a cultura das pessoas sem muito formalismo, sem muito preparo prévio e, diga-se, essa foi uma observação obtida com as conversas informais e, também, pelos dados colhidos com as respostas, e foi aqui apurada em pelo menos uma pergunta foi algo que se destacou em ambas a resposta a exemplo a pergunta de “solicitar o exemplar do código de defesa do consumidor” em que ambas as partes obtiveram uma resposta negativa e, nas conversas informais, foi algo bastante apontado pelos sujeitos entrevistados. O total de impressões retiradas da análise de conteúdo das entrevistas usando essas respostas predominantes foi de 60 subdivididas em 2 categorias de ideia central: grupo 1 dos consumidores e grupo 2 dos fornecedores. As ilustrações das tabelas 1 e 2 demostram, de maneira sistemática, o resultado predominante obtido.

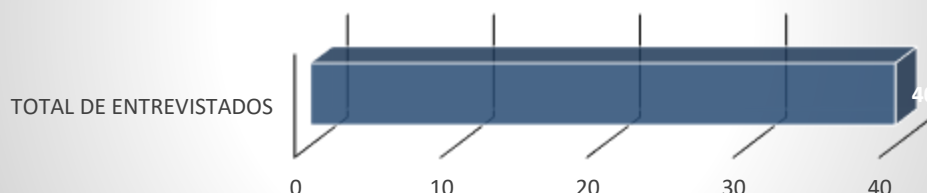
Tabela 1 – Grupo 1: Consumidores e os resultados predominantes.

QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE	
Análise de Respostas de Questionário	
CONSUMIDORES	
Questão	Resposta Predominante
Pergunta 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 2) Já solicitou o Código de Defesa do Consumidor em algum estabelecimento?	NÃO
Pergunta 3) A forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?	SIM
Pergunta 4) Conhece a Lei 12.291/2010?	NÃO
Pergunta 5) Sabe quais direitos o Código de Defesa do Consumidor lhe dá?	SIM/NÃO
Total de Entrevistados	40

Gráfico 1. Espelha a tabela 1 quanto à coleta de dados do Grupo 1 e as respostas predominantes

QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE Análise de Respostas de Questionário CONSUMIDORES

Resposta Predominante SIM NÃO SIM NÃO SIM/NÃO



■ QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE Análise de Respostas de Questionário CONSUMIDORES Resposta Predominante SIM NÃO SIM NÃO SIM/NÃO

O gráfico ilustra a tabela acima apontando as respostas predominantes aos questionários que foi: Sim para questão 1, não para questão 2, sim para questão 3 e ausência de resposta à questão 5. A cultura, costumes é grande diferencial em uma sociedade cuja ausência de educação de consumo adequada torna o consumidor inseguro e, ainda mais, fragilizado.

A resposta obtida é, no mínimo curiosa pois, apesar de a resposta predominante na questão 1 levar à afirmação de que o consumidor conhece o Código de Defesa do Consumidor podemos concluir que ele não tem segurança para firmar um contato de consumo pois, a resposta 5 ficou sem resultado já que não houve resposta predominante para a pergunta “Sabe quais os direitos o Código de Defesa do Consumidor lhe dá?”. Se combinarmos ambas as questões poderíamos concluir que, o consumidor, embora saiba que tem direitos e uma ampla proteção nas relações habituais de consumo ele não tem o hábito de ler a lei e, neste sentido, desconhece todos os direitos previstos neste diploma. A análise das demais repostas predominantes também nos levam a esta conclusão, veja-se:

A questão 2 indaga ao consumidor se “já solicitou o exemplar do código de defesa do consumidor em qualquer estabelecimento” e a resposta predominante foi “não”, dando sequência, indagado respondeu na questão 3 que a forma de atendimento do vendedor, propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra, mais uma vez apontando uma educação de consumo frágil ou quase inexistente pois não busca adquirir (como visto em capítulo anterior) aquilo que de fato precisa mas, muitas vezes, o que lhe é tomado pelo desejo impulsivo, comprando pelas olhos e nunca pela razão e planejamento. A cultura do país é carente de campanhas e ou de uma educação formal (na educação infantil) que prepare o consumidor para mercado e, desta forma, são surpreendidos por compras desnecessárias e,

muitas vezes, até erradas sem direito a arrependimento. A quarta pergunta veio, conjunto com as demais responder sobre a eficácia social da lei 12.291/2010 buscando entender quantos conhecem e praticam a norma e a resposta predominante aponta que os consumidores desconhecem a lei.

Nos capítulos anteriores foi feito um histórico breve acerca dos hábitos de consumo demonstrando que estes são existentes desde a bíblia, mas somente, recentemente, uma lei complementar nasceu na busca incansável de manter o equilíbrio das relações de consumo. Esta norma de número 8.078/1990 é uma norma principiológica, bastante extensa e ampla e a leitura da letra de lei não é hábito do Brasileiro. No Brasil não existe uma educação de consumo formal de consumo, não é algo que se aprende, por tradição, educando a criança de hoje para levar ao mercado de consumo, amanhã, adultos preparados e conscientes de seus direitos e obrigações. O consumo é feito de forma desnecessária por influência de propagandas milionárias, mídia que cria sonhos, bons vendedores de boa conversa e isso, também já estudado pode afetar diretamente a economia do país.

O Estado tem meios para praticar mais políticas públicas voltadas à educação, até mesmo campanhas informais a serem desenvolvidas por alunos de faculdades, por exemplo. A comunidade acadêmica está muito apática, e deveria participar mais, como o exemplo de usar para incentivo aos doutoramentos e pós-graduações, a faculdade / necessidade de se dar palestras sobre direito do consumidor, na sua multiplicidade de segmentos, em todas as escolas, públicas principalmente e as privadas, associações, sindicatos, empresas, e onde mais possível. A conscientização necessária da sociedade de seus direitos, e deveres, por óbvio, e em nível de igualdade; e mais ainda os de consumidor.

A coleta de dados acima, do grupo 1, a ideia central de cada pergunta era busca entender se os direitos e garantias do código de defesa do consumidor tem chegado aos mesmos após a publicação da Lei 12.291/2010 que obrigada o dono do estabelecimento a manter um exemplar do código de defesa do consumidor em local de fácil acesso sob pena de multa de R\$ 1.064,10. A tabela de Ideias central abaixo irá ilustrar a ideia central de cada questão nas buscas por respostas a partir das hipóteses acima e do problema proposto. Para deixar claro serão quantificadas em sua relevância para a resposta obtida e para formação do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) com números que vão de 0 a 5, sendo 0 nada relevante, 1 a 3 relevância moderada e 4 a 5 alta relevância.

Tabela 1.1.- Ideia Central de cada questão

Questão	Ideia Central (IC)	Resposta Predominante (RP)	Relevância (Re)
01	(IC): Saber se o CDC chegou ao seu conhecimento	(RP): SIM	(Re): 5
02	(IC): Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re): 4
03	(IC): Saber se tem alguma Educação de Consumo	(RP): SIM	(Re): 3
04	(IC): Se conhece o fundamento da Lei.	(RP) SIM	(Re): 3
05	(IC): Saber se o CDC chegou ao seu conhecimento	(RP): SIM/NÃO	(Re): 5

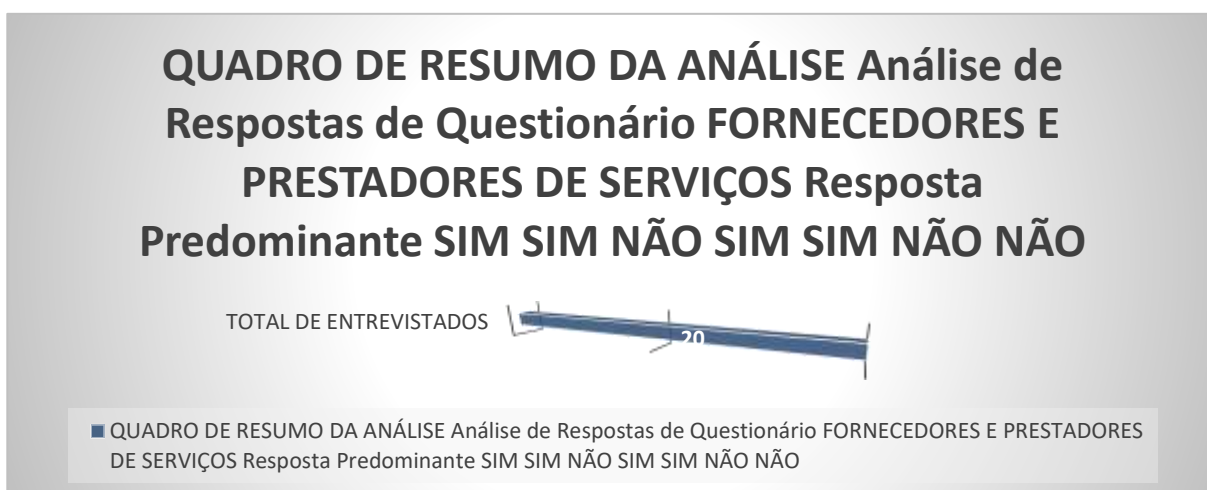
O conjunto das respostas predominantes acima, todas ligadas e conversando entre si leva ao seguinte Discurso Coletivo para o problema proposta: “O consumidor sabe que tem proteções e garantias quando adquirem produtos ou bens (questão 1) mas não tem o hábito de ler a lei ou planejar seus negócios jurídicos de consumo (questão 1,5,2 e 3) e muitas vezes até praticam a comprar por impulso face a propagandas e desejos causados por fatores que desconhecem (questão 3) sem se preocupar com outros fatores senão o desejo de aquisição. Apesar de ver placas em estabelecimentos informando a disponibilidade do código de defesa do consumidor nunca teve interesse em conhecer a lei que fundamenta este ato e nunca fez uso da mesma até mesma e desconhecem a Lei 12.291 (questão 4 combinada com as questões 1,2 e 5).

A resposta aponta que é grande a deficiência de conhecimentos capazes de fazer o cidadão sempre agir com humanidade, honestidade e dignidade, independentemente do lado que se estiver, quando da realização de seus atos de consumo. A educação de consumo adequada ainda é um fator distante. E é por isto que se tem que bradar para conhecimento geral. Movimentos Sociais sobre o tema precisam ser fomentados, é uma boa, e com certeza muito mais barata alternativa, que o famoso “pagar para ver”. Criar a Lei 12.291/2010 não despertou, neste grupo de entrevistados o interesse em ler a Lei. 8.078/1990 e formar uma consciência maior de direitos e deveres que possui, em especial previstos nos art. 4º e art. 54, §4º, do CDC.

Tabela 2 – Grupo 2: Fornecedores de produtos e serviços e os resultados predominantes.

QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE	
Análise de Respostas de Questionário	
FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS	
Questão	Resposta Predominante
Pergunta 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 2) Tem o Código de Defesa do Consumidor Disponível em seu estabelecimento?	SIM
Pergunta 3) Conhece a Lei 12.291/2010?	NÃO
Pergunta 4) Consegue, a partir da leitura, entender o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 5) Consegue, a partir da Leitura, explicar o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 6) Já lhe foi solicitado o Código de Defesa do Consumidor por algum consumidor?	NÃO
Pergunta 7) Já houve Solução de Conflitos pela disponibilidade e leitura do exemplar de Código de Defesa do Consumidor?	NÃO
Total de Entrevistados	20

Gráfico 2. Ilustra a Tabela 2 de coleta de dados do Grupo 2 de Fornecedores de bens e serviços



A questões todas sugeridas aos fornecedores de produtos e serviços vem complementar

aquelas destinadas ao grupo e tem por ideia central compreender os efeitos pragmáticos da lei 12.291/2010 em sociedade. Para isso busca saber se a mesma gerou algum impacto, a princípio, no dia a dia do dono de estabelecimento e, ainda, o conhecimento e respeito destes aos direitos e garantias previstos na Lei 8.078/1990, lei principal.

A questão 1 revelou como respostas predominante que o fornecedor de serviços e produtos conhece o Código de Defesa do Consumidor e a questão 2 que este fornecedor de serviços e produtos mantém um exemplar do código em seu estabelecimento. A questão 3 revelou que, mesmo cumprindo a obrigação e mantendo um código de defesa do consumidor no estabelecimento o fornecedor de serviços e produtos desconhece a obrigação e sanções que lhe é imposta pela lei 12.291/2010. A questão 4 e 5 revelaram que o comerciante consegue, a partir da leitura compreender e explicar o código de defesa do consumidor. A questão revelou que os consumidores nunca se interessaram em pedir o código de defesa do consumidor. A questão 7 revelou que apesar de manter o código em seus estabelecimentos o fornecedor de serviços e produtos nunca solucionou um conflito por disponibilizar ou ler o CDC.

O objetivo da medida é dar à população consumerista acessibilidade à norma. Se pensar que a intenção do legislador era viabilizar ao consumidor o acesso ao CDC e com isso gerar uma educação de consumo, alguns aspectos devem ser considerados como por exemplo: de quem é o dever de levar ao povo ou ao consumidor a educação e a informação do direito do consumidor, observados a partir da fundamentação para o projeto e aprovação da lei, passa a ser imposta também ao fornecedor de produtos e serviços que deve disponibilizar o código que regulamenta as atividades que pratica “negócio jurídico de consumo”; mas, hoje, o consumidor está preparado para interpretar as normas do CDC? E o fornecedor? Um exemplar é suficiente para atender os anseios ou apontamentos feitos pelas partes mesmo que não tenha uma leitura prévia, uma educação prévia de consumo? , As perguntas, a entrevista deve se basear a este roteiro para, enfim, ter dados suficientes para responder o problema levantado se há efeitos práticos advindos da mencionada lei, ou tem eficácia social?

A construção do direito do Consumidor, seus princípios e atuação não foi isolada, por obvio existe amparada em outras normas como, a exemplo, a lei antitruste. Os desafios de formar uma consciência de consumo e de estabelecer o equilíbrio de uma relação, originalmente, desproporcional. A interpretação da norma e suas vertentes e debates e como o intérprete obtém uma ou mais resposta também é fator determinante para eficácia de qualquer norma como já explicado por isso a educação de consumo é sugerida até mesmo de maneira formal, compondo grade curricular, vindo desde a educação primária. A eficácia da Lei 12.291/2010 quanto a divulgação dos direitos de proteção ao consumidor, solução de

controvérsias e formação de consciência do consumidor e os impactos a mesma na sociedade, seja para o consumidor seja para o prestador de serviços e produtos. direitos do consumidor tem que ser analisada considerando todos os fatores acima e estes foram os pontos mais observados nos dados para criar o questionário que permitisse um DSC- Discurso do Sujeito Coletivo preciso para permitir conclusões ainda que complementares a todos os demais estudos praticados no trabalho até este momento.

A tabela de Ideias central abaixo irá ilustrar a ideia central de cada questão nas buscas por respostas a partir das hipóteses acima e do problema proposto. Para deixar claro serão quantificadas em sua relevância para a resposta obtida e para formação do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) com números que vão de 0 a 5, sendo 0 nada relevante, 1 a 3 relevância moderada e 4 a 5 alta relevância.

Tabela 2.1.- Ideia Central de cada questão

Questão	Ideia Central (IC)	Resposta Predominante (RP)	Relevância (Re)
01	(IC): O CDC chegou ao seu conhecimento?	(RP): SIM	(Re): 5
02	(IC): A lei é respeitada ou caiu em “desuso”	(RP): SIM	(Re): 4
03	(IC): Os fundamentos da lei são conhecidos	(RP): NÃO	(Re): 3
04	(IC): Está apto a interpretar a lei principal	(RP) SIM	(Re): 5
05	(IC): Está apto a gerar Educação de Consumo	(RP): SIM	(Re): 5
06	(IC):Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re):4
07	(IC):Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re):4

Os dados acima levantados, a partir da ideia central que é descobrir se a lei 12.291/2010 tem eficácia e conseguiu ampliar a divulgação da Lei 8.078/1990 e gerar uma educação de consumo gerou o seguinte Discurso do Sujeito Coletivo: O Fornecedor de Serviços e Produtos conhece os direitos do consumidor (questão 1) e está apto a repassar este conhecimento em suas relações habituais de consumo direto ao consumidor ou por ato prévio de respeitar as normas de proteção (questões 4 e 5). O fornecedor não tem hábito de ler a letra de lei – assim como o consumidor - e, apesar de saber que precisava do código de defesa do consumidor em fácil acesso não sabe o motivo ou as consequências de tê-lo e, até mesmo desconhecia que se tratava de uma obrigação legal (questão 2 e 3). A vigência da lei 12.291/2010 não trouxe nenhum impacto no seu dia a dia e nas relações habituais de consumo praticada (questão 6 e 7).

Os dados quantitativos em conjunto com os dados qualitativos podem demonstrar que, apesar da doutrina solucionar muitos problemas encontrados na lei, lacunas, dúvidas e outros a educação de consumo ainda parece ser um objetivo distante de alcançar. O Consumidor é facilmente influenciado pelas propagandas e pelas amostras e promessas do vendedor ou do fabricante e, ainda, tem hábito de consumir sem uma análise prévia das necessidades e interesse. O código tem cerca de 116 artigos e, como ficou claro, o consumidor não tem noção da quantidade de direitos e deveres que lhes pertence e estão anotados na lei 8.078/1990 e, mesmo que tivesse, por costume, cultura não exerce seus direitos diretamente com fornecedor, não pede o código para, fundamentado na lei indicar o respaldo legal do que alega e nem mesmo o fornecedor faz isso.

O artigo 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor elenca como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres mas, é gritante que, de alguma forma a lei 12.291/2010, presumido que a leitura da lei é auto interpretativa, atribuiu ao fornecedor a tarefa de gerar esta educação informal de consumo ao consumidor e, até mesmo, colocar de lado a vulnerabilidade deste se obtiver o exemplar do código de defesa do consumidor a disposição quando for praticar o consumo. Um dos fundamentos da educação de consumo é inclusive criar uma perspectiva financeira impedindo um consumo descontrolado e sem necessidade já que, como estudado, ele afeta diretamente a economia e, não se afasta o fato de que, o maior interesse do fornecedor é vender o produto, portanto, era esperado concluir que ainda não existe uma educação adequada de consumo.

Ademais, pelas repostas, pelos dados colhidos e analisados é claro que ambas as partes da relação de consumo sabem da lei 8.078/1990 e conhecem, ainda que de forma básica os direitos e deveres mas, se juntarmos, a exemplo a resposta da questão 1 e 4 dos consumidores, bem como a questão 1 e 3 do fornecedor, sem mencionar as demais será algo notório que a Lei 12.291/2010 não gerou impactos diretos no dia a dia destes e, se conhecem a Lei 8.078/1990 é por outro meio que não a vigência da Lei 12.291. Isso se deve até mesmo pela ausência completa de educação de consumo que gera insegurança em ambas as partes e, também, em partes na evolução história afinal, hoje, qualquer aparelho simples de celular é capaz de disponibilizar o acesso a um exemplar do CDC.

Com os dados acima, passa a analisar sua coerência com os roteiros traçados pela doutrina no que se refere a uma norma eficaz – para fins deste debate a eficácia analisada será a eficácia social, lembre – se -. Os juristas, em geral os positivistas, defendem a relevância de manter no ordenamento jurídico normas não apenas válidas e vigentes, mas também eficazes,

surge à necessidade de se indagar qual a visão desses autores sobre os atributos da norma 12.291/2010, enquanto elemento unitário do ordenamento jurídico dado que a conexão ou não daqueles elementos, de sua eficácia poderia gerar dinâmicas diferenciadas no seu funcionamento.

A validade e vigência possuem conceitos diferenciados para diversos autores. A exemplo, o jurista Miguel Reale que afirma ser a validade da norma jurídica considerada sobre três aspectos: “o da validade formal ou técnico-jurídica (vigência), o da validade social (eficácia ou efetividade) e o da validade ética (fundamento)”²²⁹. Para este trabalho passa-se a visualizar a vigência, eficácia e validade como se fosse, esta última fosse o gênero e aquelas e assim, a eficácia social da lei 12.291/2010 será vista a partir dos moldes desenvolvidos por Hans Kelsen especialmente aplicada a sua Teoria Pura do Direito.

Ressalta-se que Hans Kelsen parte do raciocínio de que o que fundamenta a validade de uma norma é uma outra norma imediatamente superior, assim por diante até se alcançar a constituição Federal (como já rapidamente explicado no parágrafo acima), criando, assim, uma unidade. Como a Constituição é a última das normas hierarquicamente consideradas indagar-se-ia sobre o seu fundamento de validade. A única forma de resolver este problema é considerarmos que existe uma norma pressuposta, a norma fundamental, sem conteúdo, que apenas impõe o dever de obedecer à constituição.

A lei em análise tem seu fundamento em norma constitucional e valida-se neste sentido, entretanto, os dados qual-quantitativos apontados lançam a ideia de que a lei 12.291/2010 embora vigente – não foi revogada por nenhuma outra –, constitucional – ampara-se na Constituição – tem caminhado ao desuso e não gera ou gerou impactos nas práticas de consumo, na vida de seus agentes e não, a princípio, conseguiu atingir seu objetivo. Falta a eficácia social já que, como dito por Kelsen, um mínimo de eficácia é necessário para manter uma lei vigente e dentro do ordenamento jurídico.

²²⁹ REALE, Miguel. *Lições preliminares de direito*. 24.ed. São Paulo: Saraiva, 1999. P. 105-106.

CONCLUSÃO

Nas sociedades pós-industrializadas, o contrato de consumo torna-se fator essencial na propulsão da economia. Trata-se, contudo, de uma relação marcada pela desigualdade substancial, na qual a liberdade contratual encontra-se limitada pelo poder econômico, técnico ou jurídico do fornecedor. Nesse contexto, o Estado parte em defesa do consumidor, com vistas a conter sua vulnerabilidade na relação consumerista. Para tanto, enuncia no artigo 5º, XXXII, art. 170, V ambos da Constituição da República de 1988 e art.48 das disposições transitórias, o direito fundamental à defesa do consumidor.

Vale lembrar que, sempre que se fala em CDC deve-se ter em mente a proteção ao consumidor, parte vulnerável não há, portanto, uma determinação constitucional de proteção do consumo, mas do consumidor, visto como novo sujeito pós-moderno de direitos²³⁰. Partindo do princípio de que o Código de Defesa do Consumidor não protege a relação de consumo e sim o consumidor o conceito deste sujeito foi devidamente abordado deixando claro que não se restringe, apenas, ao artigo 2º da Lei mas, ainda aos artigos 17 e 29 da lei, sendo este, em resumo toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatária final é considerada um consumidor. Esta modalidade de consumidor é tratada pela doutrina de consumidor direto e os demais sujeitos elencados no parágrafo único do artigo 2º, artigos 17 e 29, do CDC, são considerados consumidores por equiparação, aqueles que, mesmo não participando diretamente da relação de consumo são atingidos pelos efeitos dela.

O conceito de fornecedor, produtos e serviços estão inseridos no artigo 3º do CDC sendo mais simples de se reconhecer. O legislador não distingue a natureza, regime jurídico ou nacionalidade do fornecedor. São abrangidos, pelo conceito, tanto empresas estrangeiras ou multinacionais, quanto ou próprio Estado, diretamente ou por intermédio de seus Órgãos e Entidades, quando realizando atividade de fornecimento de produto ou serviço no mercado de consumo. Essencial presença de ambos na relação para ser considerada de consumo. Sendo o consumidor o ator principal nas relações de consumo, pois é ele o destinatário final de todo produto ou serviço que vai para o mercado de consumo, entendeu o legislador que esse sujeito tem o direito de saber quais são os seus direitos e garantias asseguradas no CDC, com isso editou-se a lei 12.291, sancionada pelo então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicada na edição de 20 de julho de 2010 do Diário Oficial da União que levou mais de 9 anos para

²³⁰ MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Vol. 1. 3ª ed. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais. 1999

torna-se lei.

O Direito do Consumidor, portanto, surge no ordenamento jurídico brasileiro por uma determinação constitucional; o Código de Defesa do Consumidor é norma de ordem pública, reúne normas de direito material, processual, administrativo e penal. O Direito do consumidor torna-se amplo e deve ser visto em conjunto, também, com outras normas como a lei antitruste para coibir atos contrários à livre concorrência e permitir que o consumidor tenha maior número, possível, de produtos disponíveis no mercado para exercer a sua escolha livre. No artigo 4, II, do CDC, o legislador insere como princípio da Política Nacional das Relações de Consumo o direito à informação e educação e a educação é algo essencial à economia e, também saúde, afinal atinge o meio ambiente. Buscando cumprir esta determinação outras importantes consequências do respeito à Lei 8.078/1990 editou-se a Lei 12.291 de 20 de julho de 2010, que obriga o empresário ou o prestador de serviços a manter um exemplar do CDC à disposição do consumidor. O problema proposto é se a referida Lei é capaz de gerar algum efeito prático na vida dos consumidores e, assim, atingir sua eficácia de forma a dar maior publicidade e acesso à Lei 8.078/1990 e gerar uma educação de consumo.

Segundo Hans Kelsen uma norma precisa fundamentar-se em uma norma maior, a constituição federal para ter validade e, ainda, ter um mínimo de eficácia e, a partir da Teoria Pura do Direito passou a se estuar a lei 12.291/2010 quanto sua eficácia social para entender se ela atingiu seus objetivos. O objetivo da medida é dar à população consumerista acessibilidade à norma. Se pensar que a intenção do legislador era viabilizar ao consumidor o acesso ao CDC é correto que a pesquisa bibliográfica, unicamente não seria capaz de responder o problema e para tal foi necessário, em complemento aos estudos teórico uma pesquisa empírica e, portanto, seguiu-se o método quali-quantitativo. A teoria pode apontar solução aos problemas primários observados na lei como a lacuna “O que não é juridicamente proibido é juridicamente permitido”, ou seja, não existe lacuna alguma na lei, o que há são permissões normativas deduzidas do fato de inexistirem normas proibitivas sobre determinadas condutas. Se uma conduta não estiver proibida então ela está permitida, neste sentido está o princípio-fundamentação da plenitude lógica do ordenamento jurídico já que a norma jurídica trabalha com três valores lógicos: proibido, permitido e obrigatório. Sendo assim é possível afirmar que, para cumprir a lei basta apresentar um exemplar do código de defesa do consumidor seja versão física ou on line em local de fácil acesso e está correto e qualquer autoridade com competência para fiscalização e aplicação da multa²³¹.

²³¹ KELSEN, Hans. *Teoria pura do direito*. Tradução de João Baptista Machado. 8ª.ed., 5ª triagem. São Paulo: Martins Fontes, 2015. P.213-270.

Outro ponto resolvido pela hermenêutica é quanto a interpretação “única” que se espera da Lei 8.078/1990. Nos termos do artigo 6º, III da Lei, a educação e clareza do empresário ou prestador de serviços devem ser observados, mas, não se esqueça que a interpretação dada à norma leva consigo fatores externos e um deles é o interesse do fornecedor, suas convicções, ideologias, políticas e outros motivadores que lhe afasta a imparcialidade. A interpretação da lei do ponto de vista deste fornecedor de serviços e produtos pode ser conflitante com a interpretação do consumidor e sobre esta ótima não houve abordagem ou solução previa descrita na Lei 12.291/10 que, limita-se, na imposição, na obrigação de se disponibilizar, em local de fácil acesso, o exemplar da lei. Pode-se notar aí um possível conflito de interesse não proibidos pelo direito; o interesse de alguém leva a uma interpretação que atinge o interesse o direito do outro sendo que nenhuma das soluções propostas que gera um ato está proibido por lei. Neste sentido é que entra ‘a ordem jurídica’ podendo atribuir ‘ao tribunal’ a competência para, diante de uma situação desta utilizar a equidade ou outros valores exteriores ao direito para criar “uma norma jurídica individual cujo conteúdo não é de nenhum modo predeterminado por uma norma geral de direito material criada por via legislativa ou consuetudinária”.²³²

Outros aspectos requerem a segunda parte da pesquisa que é qualitativa com a apuração dos dados. Tornando obrigatório a manutenção de um exemplar do código de defesa do consumidor nos estabelecimentos e serviços, nas relações diárias e práticas entre fornecedores ou prestadores de serviços e consumidores, a lei 12.291/2010, na experiência dos estabelecimentos empresariais da Rua Bom Jesus de Pouso Alegre – MG, tem contribuído para ampliação de acesso ao CDC e consequente solução de controvérsias nas relações de consumo e para a formação de uma educação de consumo?

A interpretação da norma e suas vertentes e debates e como o intérprete obtém uma ou mais resposta também é fator determinante para eficácia de qualquer norma como já explicado por isso a educação de consumo é sugerida até mesmo de maneira formal, compondo grade curricular, vindo desde a educação primária. A eficácia social da Lei 12.291/2010 quanto a divulgação dos direitos de proteção ao consumidor, solução de controvérsias e formação de consciência do consumidor e os impactos a mesma na sociedade, seja para o consumidor seja para o prestador de serviços e produtos. direitos do consumidor tem que ser analisada considerando todos os fatores acima e estes foram os pontos mais observados nos dados para criar o questionário que permitisse um DSC- Discurso do Sujeito Coletivo preciso para permitir

²³² SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014. P.218.

conclusões ainda que complementares a todos os demais estudos praticados no trabalho até este momento.

Antes de se avançar para a conclusão em si, vale lembrar aqui dois pontos relevantes da pesquisa: o primeiro é a diferença tratada no primeiro capítulo sobre educação formal e informal o segundo é o que se busca responder quanto a eficácia que seria social e não jurídica conforme se discute no capítulo 2 da pesquisa. O direito à educação sobre os direitos e deveres inerentes à relação de consumo pode ser dividida em educação formal e informal, a primeira é reservada ao ensino da criança e do adolescente, com a inclusão da disciplina, de forma isolada ou não; a segunda, reservada aos órgãos de defesa e proteção do consumidor e dos meios de comunicação. Não obstante o intenso trabalho que vem sendo realizado pelos órgãos de defesa e proteção do consumidor observa-se que um número muito pequeno de consumidores é atingido e a lei seria, na visão do legislador, um importante instrumento.

Relembre-se que, o objetivo do trabalho não é buscar conhecer a ampla eficácia da lei 12.291/2010, mas sim a eficácia social. Há dois tipos de eficácias das normas constitucionais: a eficácia social e a eficácia jurídica. A eficácia social, relaciona-se à norma posta, em seu potencial de regulamentação das relações, capaz de efeitos concretos, relaciona-se, portanto, à efetividade, diz respeito à capacidade de produção de efeitos da norma sobre a realidade social, de modo a aproximar, tanto quanto possível, o dever ser normativo do ser da realidade social, significaria a realização do Direito. Já a eficácia jurídica, relaciona-se à aptidão da norma para produzir efeitos em situações específicas e concretas e de forma mais ampla. Todas as normas constitucionais terão eficácia jurídica, variando-se apenas a possibilidade de sua aplicação, isto é, de seus comandos serem observados e realizados na prática. É possível que uma norma tenha eficácia jurídica (e, em tese ser aplicável) e não ter eficácia social, já que esta última exige o cumprimento e a observância dos preceitos normativos no plano social e nesta pesquisa busca-se resposta quanto a eficácia social da norma 12.291/2010²³³.

A primeira parte do debate, portanto, iniciou com a pesquisa bibliográfica descrita no capítulo 2 deste trabalho respondendo a inúmeros possíveis defeitos apontados na lei 12.291/2010 restando à pesquisa empírica a análise dos efeitos práticos, reconhecer se de fato a lei 12.291/2010 amplia o conhecimento da lei 8.078/1990, diminuindo conflito e gerando uma consciência, uma educação de consumo ao consumidor em especial. Colhidos os dados foram repassados em planilhas e gráficos devidamente explicados no capítulo 3. A pesquisa contou com entrevistas estruturadas divididas em dois grupos, o Grupo 1 dos consumidores e o Grupo

²³³ FERNANDES, Bernardo Gonçalves. *Curso de Direito Constitucional*. 7ª ed. rev. e atual. Belo Horizonte: JusPodium, 2015 P. 106

2 dos fornecedores de Produtos e serviços. A ideia Central de cada pergunta pode levar o pesquisador em conjunto com a soma simples das repostas, a uma resposta predominante e, ademais, alcançado um Discurso do Sujeito Coletivo capaz de explicar a visão e os efeitos da lei 12.291/2010 à sociedade.

Já foi comentado que a educação de consumo é vista de duas maneiras: formal e informal. Sem uma educação adequada, pouco provavelmente o consumidor estará preparado para interpretar as normas elencadas no CDC. Se os próprios aplicadores e operadores do direito confundem os institutos existentes no Código, quem dirá o consumidor que é leigo. Um exemplo disso é o disposto nos artigos 12 e 18 do CDC. O primeiro trata da responsabilidade civil pelos danos causados aos consumidores por defeitos nos produtos; o segundo prevê a responsabilização dos fornecedores pelos vícios de qualidade ou quantidade. Ora, defeito e vício não têm o mesmo significado? Não resta dúvida de que a educação é algo imprescindível para um Estado Social de direito e muito mais complexa do que ampliar o acesso da parte vulnerável à lei por obrigação imposta à parte hiper suficiente.

Os Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) formados apontam que o consumidor sabe que tem proteções e garantias quando adquirem produtos ou bens (questão 1) mas não tem o hábito de ler a lei ou planejar seus negócios jurídicos de consumo (questão 1,5,2 e 3) e muitas vezes até praticam a comprar por impulso face a propagandas e desejos causados por fatores que desconhecem (questão 3) sem se preocupar com outros fatores senão o desejo de aquisição. Apesar de ver placas em estabelecimentos informando a disponibilidade do código de defesa do consumidor nunca teve interesse em conhecer a lei que fundamenta este ato e nunca fez uso da mesma até mesma e desconhecem a Lei 12.291 (questão 4 combinada com as questões 1,2 e 5).

A resposta obtida revela que é grande a deficiência de conhecimentos capazes de fazer o cidadão sempre agir com humanidade, honestidade e dignidade, independentemente do lado que se estiver, quando da realização de seus atos de consumo. A educação de consumo adequada ainda é um fator distante. Já no grupo 2 o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) formado indica que o Fornecedor de Serviços e Produtos conhece os direitos do consumidor (questão 1) e está apto a repassar este conhecimento em suas relações habituais de consumo direto ao consumidor ou por ato prévio de respeitar as normas de proteção (questões 4 e 5). O fornecedor não tem hábito de ler a letra de lei – assim como o consumidor - e, apesar de saber que precisava do código de defesa do consumidor em fácil acesso não sabe o motivo ou as consequências de tê-lo e, até mesmo desconhecia que se tratava de uma obrigação legal (questão 2 e 3). A vigência da lei 12.291/2010 não trouxe nenhum impacto no seu dia a dia e nas relações habituais de

consumo praticada (questão 6 e 7).

O método científico usado foi dedutivo e a metodologia quali-quantitativa seguindo por marco teórico o jurista positivista Hans Kelsen. Os dados quantitativos em conjunto com os dados qualitativos podem demonstrar que, apesar da doutrina solucionar muitos problemas encontrados na lei, lacunas, dúvidas e outros a educação de consumo ainda parece ser um objetivo distante de alcançar. O Consumidor é facilmente influenciado pelas propagandas e pelas amostras e promessas do vendedor ou do fabricante e, ainda, tem hábito de consumir sem uma análise prévia das necessidades e interesse. O código tem cerca de 116 artigos e, como ficou claro, o consumidor não tem noção da quantidade de direitos e deveres que lhes pertence e estão anotados na lei 8.078/1990 e, mesmo que tivesse, por costume, cultura não exerce seus direitos diretamente com fornecedor, não pede o código para, fundamentado na lei indicar o respaldo legal do que alega e nem mesmo o fornecedor faz isso.

Com base nos dados obtidos e na doutrina, em especial Teoria Pura do Direito, apesar da Lei 12.291/2010 ter amparo na constituição válida, estar vigente e válida não possui eficácia social e não atingiu os objetivos a que se propôs de ampliar o acesso à Lei 8.078/1990, bem como diminuir os conflitos e gerar uma consciência e educação ao consumidor tudo apurado no espaço de tempo e local restritos da pesquisa desenvolvida no presente.

BIBLIOGRAFIA

ALEXY, Robert. *Teoria de los derechos fundamentales*. Trad. Ernesto Garzón Valdés. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, 202. P. 86-87 apud. RAGAZZI, José Luiz. HONESKO, Raquel Schlommer. HONESKO, Vitor Hugo Nicastro. *Código de Defesa do Consumidor Comentado*. São Paulo: Editora Verbatim: 2009.

ALMEIDA, João Batista de. *A proteção das relações de consumo no Brasil*. 6ª Ed. São Paulo: Saraiva. 2015

ALONSO, Letícia. *Judicialização da saúde: custeio dos tratamentos experimentais pelo Estado*. Juiz de Fora: KDP, 2018.

ATALIBA, Geraldo. *República e Constituição*. P. 6-7 apud NUNES, Rizzato. *Cruso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2018

BALDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977, formato digital

BANDEIRA DE MELLO, Celso Antônio. *Eficácia das Normas Constitucionais sobre a Justiça Social*. Revista de Direito Público 57/58: 233-56, 1981.

BARZOTTO, Luis Fernando. *O Positivismo Contemporâneo*. 2ª Ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado Editora. 2007.

BARCELLOS, Ana Paula de. *A Eficácia Jurídica dos Princípios Constitucionais: o Princípio da Dignidade da Pessoa Humana*. 3ª. ed. rev. E atual. Rio de Janeiro: Renovar, 2011.

BENJAMIN, Herman. *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitário,

_____. V.; MARQUES, Claudia Lima e BESSA, Leonardo Roscoe. *Direito do Consumidor*. 3.ed.rev. e atual. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BERCOVICI, Gilberto. *Desigualdades Regionais, Estado e Constituição*. São Paulo: Max Limonad, 2003.

BONAVIDES, Paulo. *Curso de Direito Constitucional*. 7.ed. São Paulo: Malheiros, 1997

BOBBIO, Norberto. *O positivismo Jurídico: Lições de filosofia do direito*. São Paulo: Ícone, 1999

BOURDIEU, Pierre (Coord.). *A Miséria do Mundo*. 7.ed. Tradução Mateus S. Soares Azevedo et al. Petrópolis: Vozes, 2008,

CANOTILHO, J.J. Gomes. *“Brançosos” e interconstitucionalidade: itinerários dos discursos sobre a historicidade constitucional*. 2. ed. Coimbra: Almedina, 2008

_____, J. J. Gomes. *Direito Constitucional*. Curitiba: Ed. Renovar. 1998.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do Consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008.

CERVO, Amado L. . BERVIAN Pedro A. SILVA, Roberto. *Metodologia Científica*. 6ª Ed. Campinas: Pearson Universidades. 2006

CIPOLLA. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2014.

COMTE, Auguste. *Discurso sobre o espírito positivo*. Tradução de José Arthur Giannotti e Miguel Lemos. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

DUARTE, Sebastião Junior Henrique; MAMEDE, Marli Villela; ANDRADE, Sônia Maria Oliveira de. Opções teórico-metodológicas em pesquisas qualitativas: representações sociais e discurso do sujeito coletivo. *Saúde soc.*, São Paulo, v. 18, n. 4.

DWORKIN, Ronald. A raposa e o porco-espinho: justiça e valor. Tradução de Marcelo Brandão

FERNANDES, Bernardo Gonçalves. *Curso de Direito Constitucional*. 7ª ed. rev. e atual. Belo Horizonte: Jus Podium, 2015.

FERRAZ Jr., Tércio Sampaio. *A Ciência do Direito*. 2ª Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. *A teoria da Norma Jurídica. Ensaio de Pragmática da Comunicação Normativa*. 4ªE. Rio de Janeiro: Forense. 2006

FILHO, Calixto Salomão. *Regulação da Atividade Econômica (Princípios e Fundamentos Jurídicos)*. São Paulo: Malheiros Editores. 2001

FONSECA, João Bosco Leopoldino da. *Direito Econômico*. 5. ed. Revista e Atualizada. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

FORGIONI, Paula A. *Os Fundamentos do Antitruste*. 2. ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2005, p. 87.

GALUPPO, Marcelo Campos. *Princípios jurídicos no estado democrático de direito: ensaio sobre o modo de sua aplicação*. Revista de Informação Legislativa, Brasília, a. 36, n. 143, jul./set. 1999.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar Projetos de Pesquisa*. 4º Ed. São Paulo: Editora Atlas S.A. 2002.

GRAU, Eros Roberto. *A ordem econômica na Constituição de 1988*. 8ª.ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003

GRINOVER, Ada Pellegrini. WATANABE, Kazuo. NERY JR, Nelson. *Código de Defesa do*

Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto. 10ª ed. Rio de Janeiro: Editora Forense. 2011.

GUZZO, Fabiano César Rebuzzo. *O paradoxo da defesa do Consumidor como finalidade das Políticas de Concorrência no Brasil. Égide da Lei 8.884/94*. jan.2012, Athenas.

HÄRBELE, Peter. *Hermenêutica constitucional – a sociedade aberta dos intérpretes da Constituição: contribuição para interpretação pluralista e “procedimental” da Constituição*. Tradução Gilmar Ferreira Mendes. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 1997.

KELSEN, Hans. *Teoria Pura do Direito*. Revista de tradução de J. Cretella Jr. e Agnes Cretella. 9ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2013.

LEFEVRE, Fernando; LEFEVRE, Ana Maria Cavalcanti. Discurso do sujeito coletivo: representações sociais e intervenções comunicativas. *Texto Contexto – Enfermagem*. Florianópolis, v. 23, n. 2, p. 502-507, jun. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-07072014000200502&lng=en&nrm=iso>.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica* 1.5. ed. - São Paulo: Atlas 2003

LARENZ, Karl. *Metodologia da Ciencia do Direito*. 3 ed. Tradução de José Lamengo Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997. P.48 apud SIMIONI, Rafael Lazzarotto. *Curso de Hermenêutica Jurídica Contemporânea. Do Positivismo Clássico ao Pós-Positivismo Jurídico*. Curitiba: Juruá. 2014

LUCCA, Newton de. *Direito do Consumidor: Teoria Geral da Relação Jurídica de Consumo*. 2ª.ed. São Paulo: Editora Quarter Latin do Brasil. 2008

_____. Tratado de Direito Privado, Borsi. Rio de Janeiro, Vol. I, p. III e IX, apud LUCCA, Newton de. *Direito do Consumidor: Teoria Geral da Relação Jurídica de Consumo*. 2ª.ed. São Paulo: Editora Quarter Latin do Brasil. 2008.

OLIVEIRA JUNIOR, José Alcebíades. *Teoria Jurídica e Novos Direitos*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2000.

MARCUSE, Herbert. *Ideologia da Sociedade Industrial*. Trad de Giasone Rebuá. 3º Ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1969.

MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. Vol. 1. 3ª ed. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais. 1999.

_____. MIRAGEM, Bruno. *O direito fundamental de proteção do consumidor e os 20 anos da Constituição: Fundamentos e desafios do direito do consumidor brasileiro contemporâneo*.

_____, Cláudia Lima. *Direitos básicos do consumidor*. 7ª Ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2018.

_____, MIRAGEM, Bruno, OLVEIRA, Amanda Flavio de. *25 Anos do Código de Defesa do Consumidor: Trajetórias e Perspectivas*. 1ª ed. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais. 2016

MARTINS, Ives Granda; REZEK, Francisco (Coord.). *Constituição Federal: avanços, contribuições e modificações no processo democrático brasileiro*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2008

MERINO, Daniel Moore. *Derecho económico*. Santiago: Jurídica de Chile, 1962

NUNES, Rizzato. *Curso do Direito do Consumidor*. 12ª ED. São Paulo: Editora Saraiva. 2018.

_____. *Tratado de Direito Privado*, Borsi. Rio de Janeiro, Vol. I, p. III e IX, apud LUCCA, Newton de. *Direito do Consumidor: Teoria Geral da Relação Jurídica de Consumo*. 2ª.ed. São Paulo: Editora Quarter Latin do Brasil. 2008

_____. *A Intuição e o Direito: um novo caminho*. 1ª ed. Belo Horizonte: Del Rey Editora. 1997.

NOVELINO, Marcelo, *Hermenêutica Constitucional*. Editora Jus Podivm, 2008

REALE, Miguel. *Lições preliminares de direito*. 24.ed. São Paulo: Saraiva, 1999

SARLET, Ingo Wolfgang. *Dimensões da dignidade – Ensaios de Filosofia do Direito e Direito Constitucional*. Porto Alegre, Livraria do Advogado, 2005, p.36

SANDEL, Michael. *Justiça, o que é fazer a coisa certa*. 25ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. 2018

RAMSEY, Ian. *O controle da Publicidade em um Mundo Pós-moderno*. Revista do Consumidor n. °4. RT, 1992.

TEPEDINO, Gustavo. BARBOSA, Heloisa Helena. MORAES, Maria Celina de. *Código Civil Interpretado Conforme a Constituição da República*. Volum I. Rio de Janeiro: Editora Renovar. 2ª Ed. 2007.

VIEIRA, Oscar Vilhena. *A batalha dos poderes: da transição democrática ao mal-estar constitucional*. São Paulo: Editora Schwarcz. S.A, 2018.

WARAT, Luis Alberto. *Introdução geral ao direito II: a epistemologia jurídica da modernidade*. Tradução de José Luiz Bolzan de Moraes. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1995

WALDRON, Jeremy. *A dignidade da Legislação*. 1ª.ed. São Paulo: Martins Fontes. 2003.

YAMAGUCHI, Cristina Keiki; ORSATTO, Silvio Dagoberto. BORGES, Gustavo. *Judicialização da saúde no Brasil: uma abordagem interdisciplinar*. Rio Grande do Sul: Editora Deviant LTDA, 2017.

Deputado Luiz Bittencourt,
https://www.camara.leg.br/internet/sileg/Prop_lista.asp?Autor=0&ideCadastro=74810&Limite=N&tipoProp=2

<http://estudosdiplomaticos.blogspot.com/2009/08/economia-brasileira-no-seculo-xix-1.html> .
 Acesso em 04/05/2020

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=28542>

http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1663/1/TD_1500.pdf

<http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/segundo-reinado/economia-no-segundo-reinado.php> .

http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/1663/1/TD_1500.pdf

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=24480&filename=Tramitacao-PL+4686/2001

<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD04MAI2002.pdf#page=249>

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=435196&filename=Tramitacao-PL+4686/2001 visualizado em 10/05/2020

<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD13ABR2007.pdf#page=30>

<http://imagem.camara.gov.br/Imagem/d/pdf/DCD18DEZ2008.pdf#page=760>

https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/2972/1/1999_A%20economia%20brasileira%20nos%20anos%2090_P.pdf

https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra;jsessionid=1113D286A6ED5F4C3D2731662EE61E6E.proposicoesWebExterno1?codteor=667588&filename=Tramitacao-PL+4686/2001

<https://dicionariodireito.com.br/livre-concorrencia#:~:text=A%20livre%20concorr%C3%Aancia%20oferece%20a,pre%C3%A7o>

%20e%20condi%C3%A7%C3%A3o%20de%20venda.&text=Em%20outras%20palavras%20a%20concorr%C3%Aancia,que%20venham%20a%20ser%20concorrentes

<http://www.cade.gov.br/servicos/perguntas-frequentes/perguntas-gerais-sobre-defesa-da-concorrenca>

<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/a-defesa-do-consumidor-no-brasil#:~:text=A%20defesa%20do%20consumidor%20no%20Brasil%20se%20desenvolveu%20a%20partir,o%20ent%C3%A3o%20presidente%20John%20F.>

https://www2.camara.leg.br/transparencia/aceso-a-informacao/copy_of_perguntas-frequentes/processo-legislativo

<https://www.dicionarioinformal.com.br/kantiano/#:~:text=Relativo%20ao%20fil%C3%B3sofo%20alem%C3%A3o%20Immanuel,transformou%20Dse%20num%20leg%C3%ADtimo%20kantiano>

<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/pronunciamentos/-/p/texto/454941>

<http://plataformabrasil.saude.gov.br>

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902009000400006&lng=en&nrm=iso.

<https://www.pucrs.br/blog/5-dicas-como-consumir-de-forma-consciente/> visualizado em 14/12/2020.

<https://acsp.com.br/>

<https://www.pousoalegre.mg.gov.br/>

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/pouso-alegre/panorama>

APÊNDICE

Apêndice A - TCLE

**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
DESTINADO AO CONSUMIDOR ENTREVISTADO
(AUTORIZAÇÃO PARA COLETA DE DADOS)**

Pouso Alegre/MG: ____/____/____

Destinatário: _____

Prezado (a) Senhor (a)

Esta pesquisa é sobre A Lei 12291/2010 enquanto mecanismo de acesso e eficácia do Direito do Consumidor e uma educação de consumo, e está sendo desenvolvida por Ana Carolina da Motta Paes, mestranda do Curso de Mestrado em Direito Constitucional e Democracia da Faculdade de Direito do Sul de Minas, vimos por meio desta solicitar autorização para realizar a coleta de dados nesta instituição em vista da realização da pesquisa ;

TITULO DA PESQUISA: LEI 12.291/2010: entre a eficácia e o esquecimento. Um Mecanismo para solução de controvérsias e formação de uma consciência do consumidor.

TIPO DE PESQUISA: A pesquisa será empírica, qualitativa e também contará com estudo bibliográfico para obtenção de dados que demonstrem acesso e conhecimento dos entrevistados quanto à Lei 12291/2010 e os impactos desta nas relações, habituais, de consumo.

ORIENTADOR DA PESQUISA: Prof(a) Dr(a) Elias Kallás Filho.

OBJETIVOS DA PESQUISA: Os objetivos do estudo são Analisar a eficácia da Lei 12.291/2010 partindo-se de seus princípios de proteção aos interesses do consumidor e a defesa da livre concorrência, e superado os estudos teóricos iniciada uma pesquisa de campo, no segundo semestre de 2020, na Rua Bom Jesus no centro da cidade de Pouso Alegre-MG, junto aos comerciantes, quanto aos consumidores, serão moradores da cidade, para compreensão dos efeitos da norma na sociedade e sua aptidão para eliminar controvérsias na relação de consumo e para formação de consciência de consumo.

1. Discorrer sobre o código de Defesa do Consumidor seus princípios e afinidade com a lei antitruste. Desafios para a efetividade de uma nova lei, sobretudo quando se trata de um novo mecanismo com principiologia própria. A necessidade e importância de formar uma cultura, uma consciência dos direitos do consumidor.

2. Estudos teóricos sobre validade e eficácia de uma norma Jurídica. Análise da vontade do Legislador, as dificuldades impostas na interpretação de normas essenciais como Código de Defesa do Consumidor e suas possíveis soluções.

3. Analisar a Lei 12.291/2010, suas peculiaridades, possíveis lacunas e seus objetivos. Os impactos da norma na sociedade (tanto para consumidor como para o prestador de serviços e produtos), sua contribuição à nação e sua aptidão e eficácia na solução de conflitos e criação de uma consciência de consumo.

FINALIDADE DA PESQUISA: A finalidade deste trabalho é contribuir para comunidade sobre a validade de e a eficácia desta norma e seus efeitos positivos e negativos.

PARTICIPANTES:

- 1) comerciantes na região central de Pouso Alegre, mais especificamente aqueles com lojas de porta direta em ruas públicas localizados em um das principais ruas de comércio de Pouso Alegre a Rua Bom Jesus – Centro – na cidade de Pouso Alegre
- 2) Consumidores residentes em Pouso Alegre

TIPO DE COLETA: A coleta será através de perguntas objetivas relacionadas à prática de consumo.

RISCOS: As perguntas são simples, objetivas e poderão causar, ainda que de forma leve, constrangimento por conter informações relacionadas a prática pessoal de consumo, possível identificação de desconhecimento de lei e normas, ou pontos equivocados de interpretação da lei que podem interferir no direito indisponível do consumidor, descobrir possíveis inobservâncias a lei 12291/2010, e uma conclusão negativa quanto a eficácia da lei e meios de educação de consumo.

LOCAL DE ESTUDO: A rua Bom Jesus no centro da cidade de Pouso Alegre-MG, sendo os entrevistados abordados em rua pública, explicados dos riscos, objetivos e conteúdo da pesquisa convidados a responder questionário lhes repassados TCLE para assinatura.

O projeto de pesquisa será cadastrado na Plataforma Brasil que o encaminhará ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), para apreciação do estudo, seus dados coletados mantidos em sigilo apenas para obtidos para uso acadêmico.

DADOS DO COMITÊ DE ÉTICA DA UNIVÁS:

-Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470, Fátima POUSO ALEGRE-MG Funcionamento: Segundas-feiras às sextas-feiras das 8h às 11h30min e das 13h30min às 17h Telefone: (35) 3449-9248 / (35) 98869-2563

DADOS DO PESQUISADOR

- Endereço: Av. Netei Teixeira, 44 – Santa Luzia – Pouso Alegre –MG, CEP 37551-217, Tel:35-998065595, email:mottapaesadv@gmail.com

Agradecemos a atenção dispensada

Atenciosamente,

Ana Carolina da Motta Paes

Pesquisadora responsável
Av. Netei Teixeira, 44 – Santa Luzia – Pouso
Alegre – MG. CEP 37551-217
Tel:35-998065595
e-mail:mottapaesadv@gmail.com

Pouso Alegre/MG, _____ de _____ de _____

Assinatura do participante ou responsável legal

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

DESTINADO AO FORNECEDOR PRESTADOR DE SERVIÇO ENTREVISTADO

(AUTORIZAÇÃO PARA COLETA DE DADOS)

Pouso Alegre/MG: ____/____/____

Destinatário: _____

Prezado (a) Senhor (a)

Esta pesquisa é sobre A Lei 12291/2010 enquanto mecanismo de acesso e eficácia do Direito do Consumidor e uma educação de consumo, e está sendo desenvolvida por Ana Carolina da Motta Paes, mestranda do Curso de Mestrado em Direito Constitucional e Democracia da Faculdade de Direito do Sul de Minas, vimos por meio desta solicitar autorização para realizar a coleta de dados nesta instituição em vista da realização da pesquisa ;

TITULO DA PESQUISA: LEI 12.291/2010: entre a eficácia e o esquecimento. Um Mecanismo para solução de controvérsias e formação de uma consciência do consumidor.

TIPO DE PESQUISA: A pesquisa será empírica, qualitativa e também contará com estudo bibliográfico para obtenção de dados que demonstrem acesso e conhecimento dos entrevistados quanto à Lei 12291/2010 e os impactos desta nas relações, habituais, de consumo.

ORIENTADOR DA PESQUISA: Prof(a) Dr(a) Elias Kallás Filho.

OBJETIVOS DA PESQUISA: Os objetivos do estudo são Analisar a eficácia da Lei 12.291/2010 partindo-se de seus princípios de proteção aos interesses do consumidor e a defesa da livre concorrência, e superado os estudos teóricos iniciada uma pesquisa de campo, no segundo semestre de 2020, na Rua Bom Jesus no centro da cidade de Pouso Alegre-MG, junto aos comerciantes, quanto aos consumidores, serão moradores da cidade, para compreensão dos efeitos da norma na sociedade e sua aptidão para eliminar controvérsias na relação de consumo e para formação de consciência de consumo.

1. Discorrer sobre o código de Defesa do Consumidor seus princípios e afinidade com a lei antitruste. Desafios para a efetividade de uma nova lei, sobretudo quando se trata de um novo mecanismo com principiologia própria. A necessidade e importância de formar uma cultura, uma consciência dos direitos do consumidor.

2. Estudos teóricos sobre validade e eficácia de uma norma Jurídica. Análise da vontade do Legislador, as dificuldades impostas na interpretação de normas essenciais como Código de Defesa do Consumidor e suas possíveis soluções.

3. Analisar a Lei 12.291/2010, suas peculiaridades, possíveis lacunas e seus objetivos. Os impactos da norma na sociedade (tanto para consumidor como para o prestador de serviços e produtos), sua contribuição à nação e sua aptidão e eficácia na solução de conflitos e criação de uma consciência de consumo.

FINALIDADE DA PESQUISA: A finalidade deste trabalho é contribuir para comunidade sobre a validade de e a eficácia desta norma e seus efeitos positivos e negativos.

PARTICIPANTES:

- 1) comerciantes na região central de Pouso Alegre, mais especificamente aqueles com lojas de porta direta em ruas públicas localizados em um das principais ruas de comércio de Pouso Alegre a Rua Bom Jesus – Centro – na cidade de Pouso Alegre
- 2) Consumidores residentes em Pouso Alegre

TIPO DE COLETA: A coleta será através de perguntas objetivas relacionadas à prática de consumo.

RISCOS: As perguntas são simples, objetivas e poderão causar, ainda que de forma leve, constrangimento por conter informações relacionadas a conduta interna, hábitos de abordagem ao consumidor ou hábitos da empresa fornecedora de serviços e/ou produtos. Informamos que essa pesquisa traz como possíveis riscos a descoberta de pontos equivocados de interpretação da lei que podem interferir no direito indisponível do consumidor, descobrir possíveis inobservâncias a lei 12291/2010, e uma conclusão negativa quanto a eficácia da lei e meios de educação de consumo.

LOCAL DE ESTUDO: A rua Bom Jesus no centro da cidade de Pouso Alegre-MG, sendo os entrevistados abordados em rua pública, explicados dos riscos, objetivos e conteúdo da pesquisa convidados a responder questionário lhes repassados TCLE para assinatura.

O projeto de pesquisa será cadastrado na Plataforma Brasil que o encaminhará ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP), para apreciação do estudo, seus dados coletados mantidos em sigilo apenas para obtidos para uso acadêmico.

DADOS DO COMITÊ DE ÉTICA DA UNIVÁS:

-Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470, Fátima POUSO ALEGRE-MG Funcionamento: Segundas-feiras às sextas-feiras das 8h às 11h30min e das 13h30min às 17h Telefone: (35) 3449-9248 / (35) 98869-2563

DADOS DO PESQUISADOR

- Endereço: Av. Notel Teixeira, 44 – Santa Luzia – Pouso Alegre –MG. CEP 37551-217, Tel:35-998065595, email:mottapaesadv@gmail.com

Agradecemos a atenção dispensada

Atenciosamente,

Ana Carolina da Motta Paes

Pesquisadora responsável
Av. Notel Teixeira, 44 – Santa Luzia –
Pouso Alegre – MG. CEP 37551-217
Tel:35-998065595
e-mail:mottapaesadv@gmail.com

Pouso Alegre/MG, _____ de _____ de _____

Assinatura do participante ou responsável
legal

Questionário – Dissertação de Mestrado

CONSUMIDOR

ENTREVISTADO: _____

CPF: _____

END: _____

Assinatura: _____

- 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?
(☐ SIM (☐ NÃO
- 2) Já solicitou o Código de Defesa do Consumidor em algum estabelecimento?
(☐ SIM (☐ NÃO
- 3) A forma de atendimento do vendedor , propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?
(☐ SIM (☐ NÃO
- 4) Conhece a Lei 12.291/2010?
(☐ SIM (☐ NÃO
- 5) Sabe quais direitos o Código de Defesa do Consumidor lhe dá?
(☐ SIM (☐ NÃO

A parte assinante, declara ciente de que, a coleta de dados pessoais do mesmo, constante no presente, justifica-se pela necessidade apresentação em conselho de ética, nos termos do inciso V da Lei 13709/2018, sendo que, adicionalmente, a assinante declara que concorda expressa e plenamente com uso especificado neste parágrafo, mas tem ciência de que seus dados não serão divulgados em sites ou qualquer outro meio de exposição, tão somente para arquivo e metodologia desta pesquisa. Assinatura: _____

Questionário – Dissertação de Mestrado
PRESTADORES FORNECEDORES DE SERVIÇOS OU PRODUTOS

ENTREVISTADO: _____

CNPJ: _____

SEDE: _____

RAZÃO SOCIAL: _____

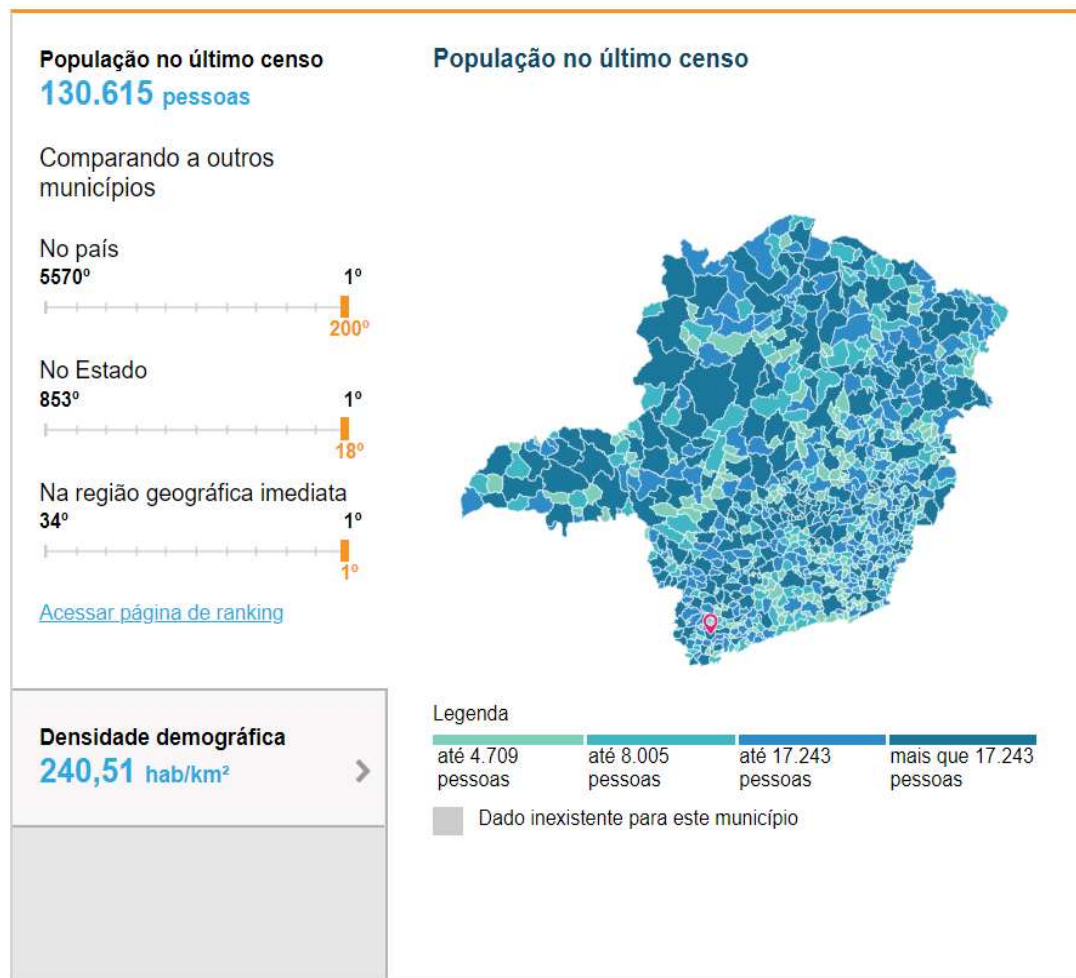
ASSINATURA: _____

- 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?
☐ SIM ☐ NÃO
- 2) Tem o Código de Defesa do Consumidor Disponível em seu estabelecimento?
☐ SIM ☐ NÃO
- 3) Conhece a Lei 12.291/2010?
☐ SIM ☐ NÃO
- 4) Consegue, a partir da leitura, entender o Código de Defesa do Consumidor ?
☐ SIM ☐ NÃO
- 5) Consegue, a partir da Leitura, explicar o Código de Defesa do Consumidor ?
☐ SIM ☐ NÃO
- 6) Já lhe foi solicitado o Código de Defesa do Consumidor por algum consumidor?
☐ SIM ☐ NÃO
- 7) Já houve Solução de Conflitos pela disponibilidade e leitura do exemplar de Código de Defesa do Consumidor ?
☐ SIM ☐ NÃO

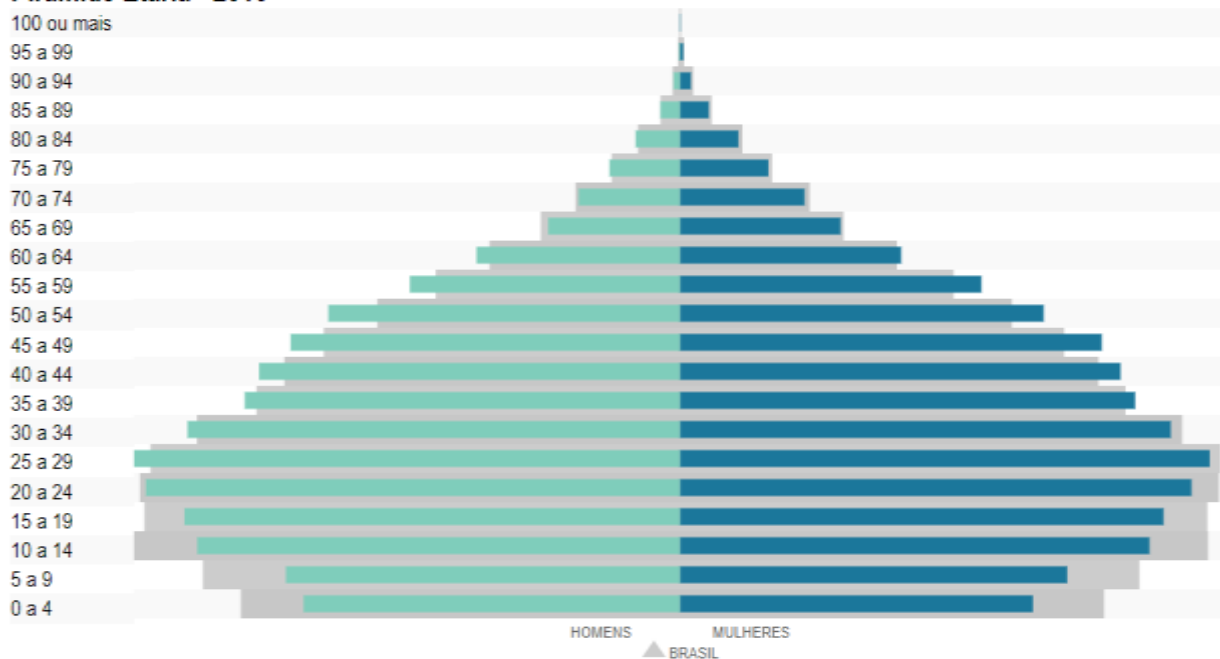
A parte assinante, declara ciente de que, a coleta de dados pessoais do mesmo, constante no presente, justifica-se pela necessidade apresentação em conselho de ética, nos termos do inciso V da Lei 13709/2018, sendo que, adicionalmente, a assinante declara que concorda expressa e plenamente com uso especificado neste parágrafo, mas tem ciência de que seus dados não serão divulgados em sites ou qualquer outro meio de exposição, tão somente para arquivo e metodologia desta pesquisa.

Assinatura _____

Apêndice B – Gráficos da População



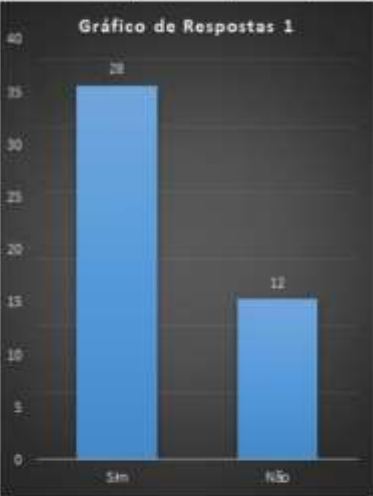
Pirâmide Etária - 2010

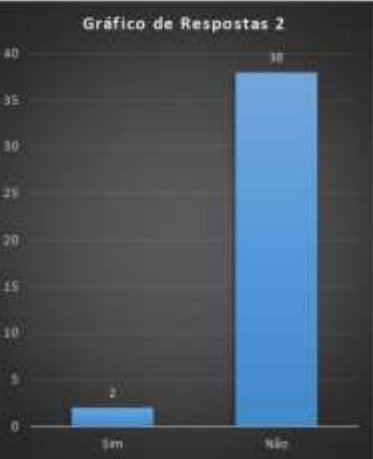
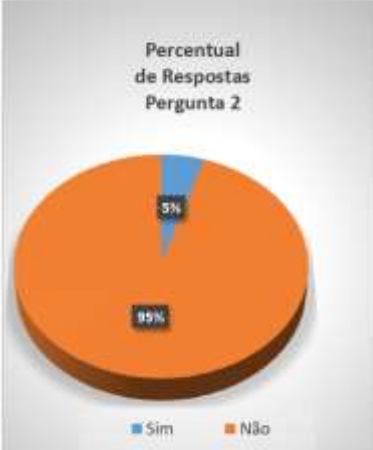


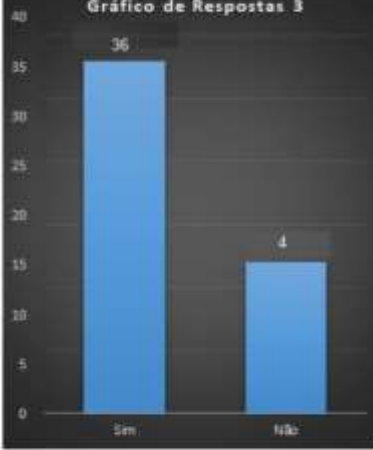
AMOSTRAS DE FORNECEDOR			
Faixa Etária	Número Médio por faixa	Porcentagem da População Total	Número da População
25-29	6530,75	90%	5877,68
30-34	6530,75	70%	4571,53
35-39	6530,75	55%	3591,91
40-44	6530,75	52%	3395,99
45-49	6530,75	47%	3069,45
50-54	6530,75	43%	2808,22
55-59	6530,75	35%	2285,76
60-64	6530,75	25%	1632,69
65-69	6530,75	20%	1306,15
Total	130.515	2187%	28539,38
40%	130.515	8,74%	11415,75

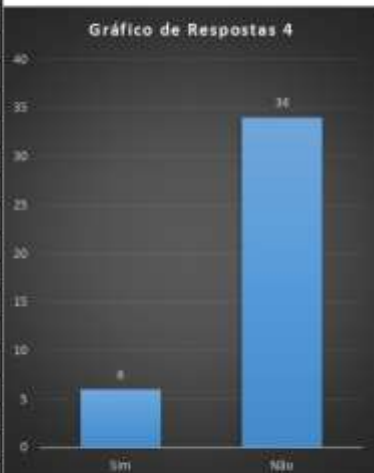
AMOSTRAS DE CONSUMIDOR			
Faixa Etária	Número Médio por faixa	Porcentagem da População Total	Número da População
15-19	6530,75	70%	4571,53
20-24	6530,75	80%	5224,60
25-29	6530,75	90%	5877,68
30-34	6530,75	70%	4571,53
35-39	6530,75	55%	3591,91
40-44	6530,75	52%	3395,99
45-49	6530,75	47%	3069,45
50-54	6530,75	43%	2808,22
55-59	6530,75	35%	2285,76
60-64	6530,75	25%	1632,69
65-69	6530,75	20%	1306,15
Total	130.515	29,38%	38335,50

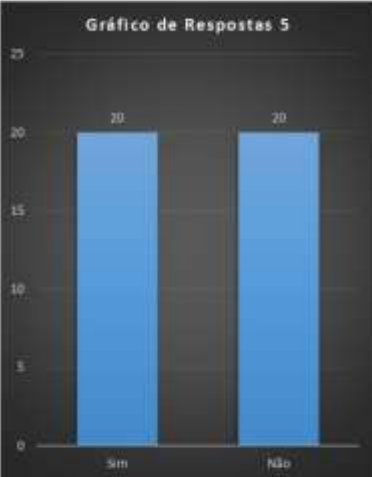
Apêndice C

ANÁLISE DE RESPOSTAS DE QUESTIONÁRIO							
CONSUMIDORES							
Questão	Pergunta 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?						
CÓDIGO	ENTREVISTADOS	RESPOSTAS		Total Entrevistados	40	Sim	Não
1	J.T.M	Sim		Respostas	40	28	12
2	S.A.B.S.		Não	Percentual	100%	70%	30%
3	E.H.H.	Sim		 Gráfico de Respostas 1			
4	E.S.K.	Sim					
5	M.M.S.	Sim					
6	E.H.H.L	Sim					
7	I.R.S.	Sim					
8	M.A.R.S		Não				
9	S.B.P.	Sim					
10	L.G.S.P.	Sim					
11	D.L.M.		Não				
12	D.A.G.S.L.	Sim					
13	M.P.C.	Sim		 Percentual de Respostas Pergunta 1			
14	N.R.A.	Sim					
15	E.C.P.F.	Sim					
16	E.E.S.S.		Não				
17	R.F.F.S.	Sim					
18	R.S.M.	Sim					
19	A.R.S.	Sim					
20	B.B.S.		Não				
21	J.L.C.	Sim					
22	R.L.F.		Não				
23	G.C.S.F.		Não				
24	L.P.O.S.	Sim					
25	T.O.S.		Não				
26	K.C.F.		Não				
27	T.M.S.		Não				
28	R.C.C.G.	Sim					
29	L.L.R.T.M.B.	Sim					
30	G.A.S.	Sim					
31	G.C.C.	Sim					
32	T.L		Não				
33	F.R.S.	Sim					
34	R.F.S.	Sim					
35	E.O.S.D		Não				
36	M.C.B	Sim					
37	M.C.S.	Sim					
38	A.L.C.	Sim					
39	C.D.C.	Sim					
40	K.M.C.	Sim					
Resposta Predominante				SIM			

ANÁLISE DE RESPOSTAS DE QUESTIONÁRIO							
CONSUMIDORES							
Questão	Pergunta 2) Já solicitou o Código de Defesa do Consumidor em algum estabelecimento?						
CÓDIGO	ENTREVISTADOS	RESPOSTAS		Total Entrevistados	40	Sim	Não
1	J.T.M		Não	Respostas	40	2	38
2	S.A.B.S.		Não	Percentual	100%	5%	95%
3	E.H.H.		Não	 Gráfico de Respostas 2			
4	E.S.K.		Não				
5	M.M.S.		Não				
6	E.H.H.L		Não				
7	I.R.S.		Não				
8	M.A.R.S		Não				
9	S.B.P.		Não				
10	L.G.S.P.		Não				
11	D.L.M.		Não				
12	D.A.G.S.L		Não				
13	M.P.C.		Não				
14	N.R.A.		Não				
15	E.C.P.F.		Não				
16	E.E.S.S.		Não				
17	R.F.F.S.		Não				
18	R.S.M.		Não				
19	A.R.S.		Não				
20	B.B.S.		Não				
21	J.L.C.		Não				
22	R.L.F.		Não				
23	G.C.S.F.		Não	 Percentual de Respostas Pergunta 2			
24	L.P.O.S.	Sim					
25	T.O.S.		Não				
26	K.C.F.		Não				
27	T.M.S.		Não				
28	R.C.C.G.		Não				
29	L.L.R.T.M.B.		Não				
30	G.A.S.		Não				
31	G.C.C.		Não				
32	T.L		Não				
33	F.R.S.		Não				
34	R.F.S.		Não				
35	E.O.S.D		Não				
36	M.C.B	Sim					
37	M.C.S.		Não				
38	A.L.C.		Não				
39	C.D.C.		Não				
40	K.M.C.		Não				
Resposta Predominante				NÃO			

ANÁLISE DE RESPOSTAS DE QUESTIONÁRIO						
CONSUMIDORES						
Questão	Pergunta 3) A forma de atendimento do vendedor , propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?					
CÓDIGO	ENTREVISTADOS	REPOSTAS		Total Entrevistados	40	Sim Não
1	J.T.M	Sim		Respostas	40	36 4
2	S.A.B.S.	Sim		Percentual	100%	90% 10%
3	E.H.H.	Sim		Gráfico de Respostas 3 		
4	E.S.K.	Sim				
5	M.M.S.	Sim				
6	E.H.H.L	Sim				
7	I.R.S.	Sim				
8	M.A.R.S		Não			
9	S.B.P.	Sim				
10	L.G.S.P.		Não			
11	D.L.M.	Sim				
12	D.A.G.S.L	Sim				
13	M.P.C.		Não	Percentual de Respostas Pergunta 3 		
14	N.R.A.	Sim				
15	E.C.P.F.	Sim				
16	E.E.S.S.	Sim				
17	R.F.F.S.	Sim				
18	R.S.M.	Sim				
19	A.R.S.	Sim				
20	B.B.S.	Sim				
21	J.L.C.	Sim				
22	R.L.F.	Sim				
23	G.C.S.F.	Sim				
24	L.P.O.S.	Sim				
25	T.O.S.	Sim				
26	K.C.F.	Sim				
27	T.M.S.	Sim				
28	R.C.C.G.		Não	Resposta Predominante SIM		
29	L.L.R.T.M.B.	Sim				
30	G.A.S.	Sim				
31	G.C.C.	Sim				
32	T.L	Sim				
33	F.R.S.	Sim				
34	R.F.S.	Sim				
35	E.O.S.D	Sim				
36	M.C.B	Sim				
37	M.C.S.	Sim				
38	A.L.C.	Sim				
39	C.D.C.	Sim				
40	K.M.C.	Sim				
Resposta Predominante				SIM		

ANÁLISE DE RESPOSTAS DE QUESTIONÁRIO													
CONSUMIDORES													
Questão	Pergunta 4) Conhece a Lei 12.291/2010?												
CÓDIGO	ENTREVISTADOS	RESPOSTAS		Total Entrevistados	40	Sim	Não						
1	J.T.M		Não	Respostas	40	6	34						
2	S.A.B.S.		Não	Percentual	100%	15%	85%						
3	E.H.H.		Não	Gráfico de Respostas 4  <table><tr><th>Resposta</th><th>Quantidade</th></tr><tr><td>Sim</td><td>6</td></tr><tr><td>Não</td><td>34</td></tr></table>				Resposta	Quantidade	Sim	6	Não	34
Resposta	Quantidade												
Sim	6												
Não	34												
4	E.S.K.		Não										
5	M.M.S.		Não										
6	E.H.H.L		Não										
7	I.R.S.		Não										
8	M.A.R.S		Não										
9	S.B.P.	Sim											
10	L.G.S.P.		Não										
11	D.L.M.		Não										
12	D.A.G.S.L.		Não										
13	M.P.C.	Sim											
14	N.R.A.		Não										
15	E.C.P.F.		Não										
16	E.E.S.S.		Não										
17	R.F.F.S.		Não										
18	R.S.M.		Não										
19	A.R.S.	Sim											
20	B.B.S.		Não										
21	J.L.C.		Não										
22	R.L.F.		Não										
23	G.C.S.F.		Não										
24	L.P.O.S.	Sim											
25	T.O.S.		Não										
26	K.C.F.		Não										
27	T.M.S.		Não										
28	R.C.C.G.		Não										
29	L.L.R.T.M.B.		Não										
30	G.A.S.		Não										
31	G.C.C.	Sim											
32	T.L		Não										
33	F.R.S.		Não										
34	R.F.S.		Não										
35	E.O.S.D		Não										
36	M.C.B		Não										
37	M.C.S.		Não										
38	A.L.C.		Não										
39	C.D.C.	Sim											
40	K.M.C.		Não										
Resposta Predominante				NÃO									

ANÁLISE DE RESPOSTAS DE QUESTIONÁRIO													
CONSUMIDORES													
Questão	Pergunta 5) Sabe quais direitos o Código de Defesa do Consumidor lhe dá?												
CÓDIGO	ENTREVISTADOS	RESPOSTAS		Total Entrevistados	40	Sim	Não						
1	J.T.M		Não	Respostas	40	20	20						
2	S.A.B.S.		Não	Percentual	100%	50%	50%						
3	E.H.H.	Sim		Gráfico de Respostas 5  <table><thead><tr><th>Resposta</th><th>Quantidade</th></tr></thead><tbody><tr><td>Sim</td><td>20</td></tr><tr><td>Não</td><td>20</td></tr></tbody></table>				Resposta	Quantidade	Sim	20	Não	20
Resposta	Quantidade												
Sim	20												
Não	20												
4	E.S.K.	Sim											
5	M.M.S.	Sim											
6	E.H.H.L		Não										
7	I.R.S.		Não										
8	M.A.R.S		Não										
9	S.B.P.	Sim											
10	L.G.S.P.	Sim											
11	D.L.M.		Não										
12	D.A.G.S.L.	Sim											
13	M.P.C.	Sim											
14	N.R.A.		Não										
15	E.C.P.F.	Sim											
16	E.E.S.S.		Não										
17	R.F.F.S.		Não										
18	R.S.M.	Sim											
19	A.R.S.	Sim											
20	B.B.S.		Não										
21	J.L.C.		Não										
22	R.L.F.		Não										
23	G.C.S.F.		Não										
24	L.P.O.S.	Sim											
25	T.O.S.		Não										
26	K.C.F.	Sim											
27	T.M.S.		Não										
28	R.C.C.G.		Não										
29	L.L.R.T.M.B.		Não										
30	G.A.S.	Sim											
31	G.C.C.	Sim											
32	T.L		Não										
33	F.R.S.	Sim											
34	R.F.S.		Não										
35	E.O.S.D		Não										
36	M.C.B	Sim											
37	M.C.S.	Sim											
38	A.L.C.	Sim											
39	C.D.C.	Sim											
40	K.M.C.	Sim											
Resposta Predominante				SIM/NÃO									

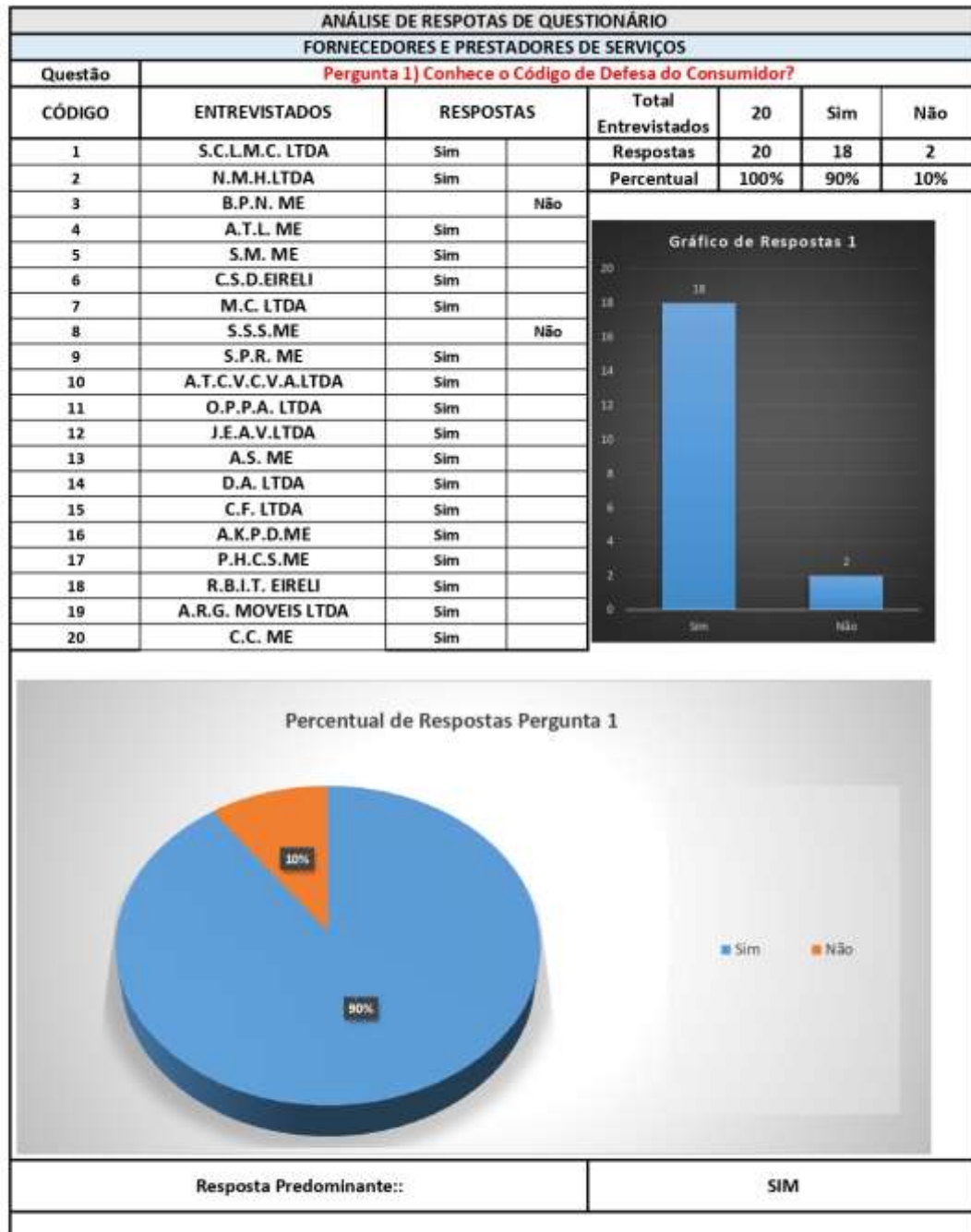


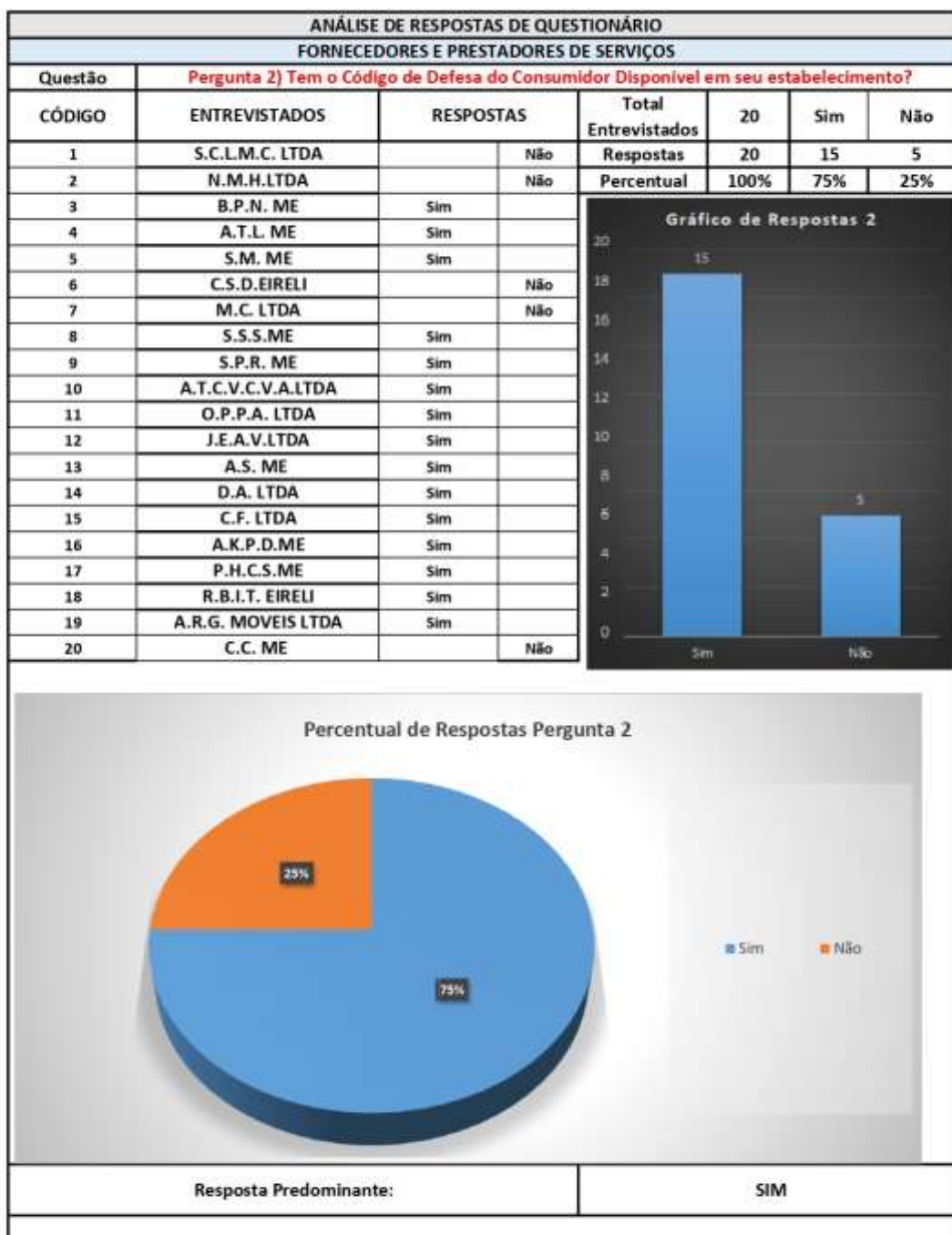
QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE	
Análise de Respostas de Questionário	
CONSUMIDORES	
Questão	Resposta Predominante
Pergunta 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 2) Já solicitou o Código de Defesa do Consumidor em algum estabelecimento?	NÃO
Pergunta 3) A forma de atendimento do vendedor , propagandas na TV e pela própria loja influenciam sua decisão de compra?	SIM
Pergunta 4) Conhece a Lei 12.291/2010?	NÃO
Pergunta 5) Sabe quais direitos o Código de Defesa do Consumidor lhe dá?	SIM/NÃO
Total de Entrevistados	40

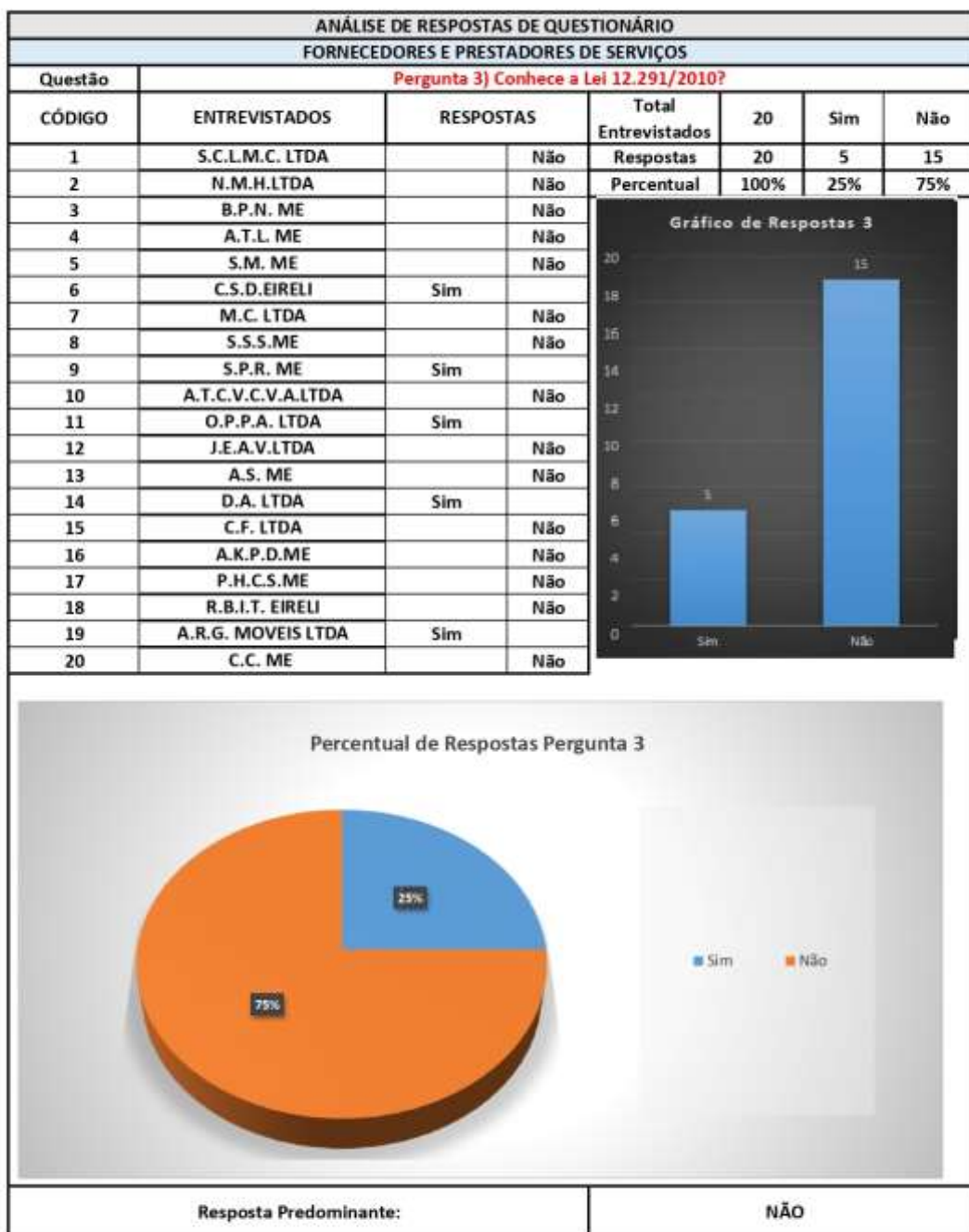


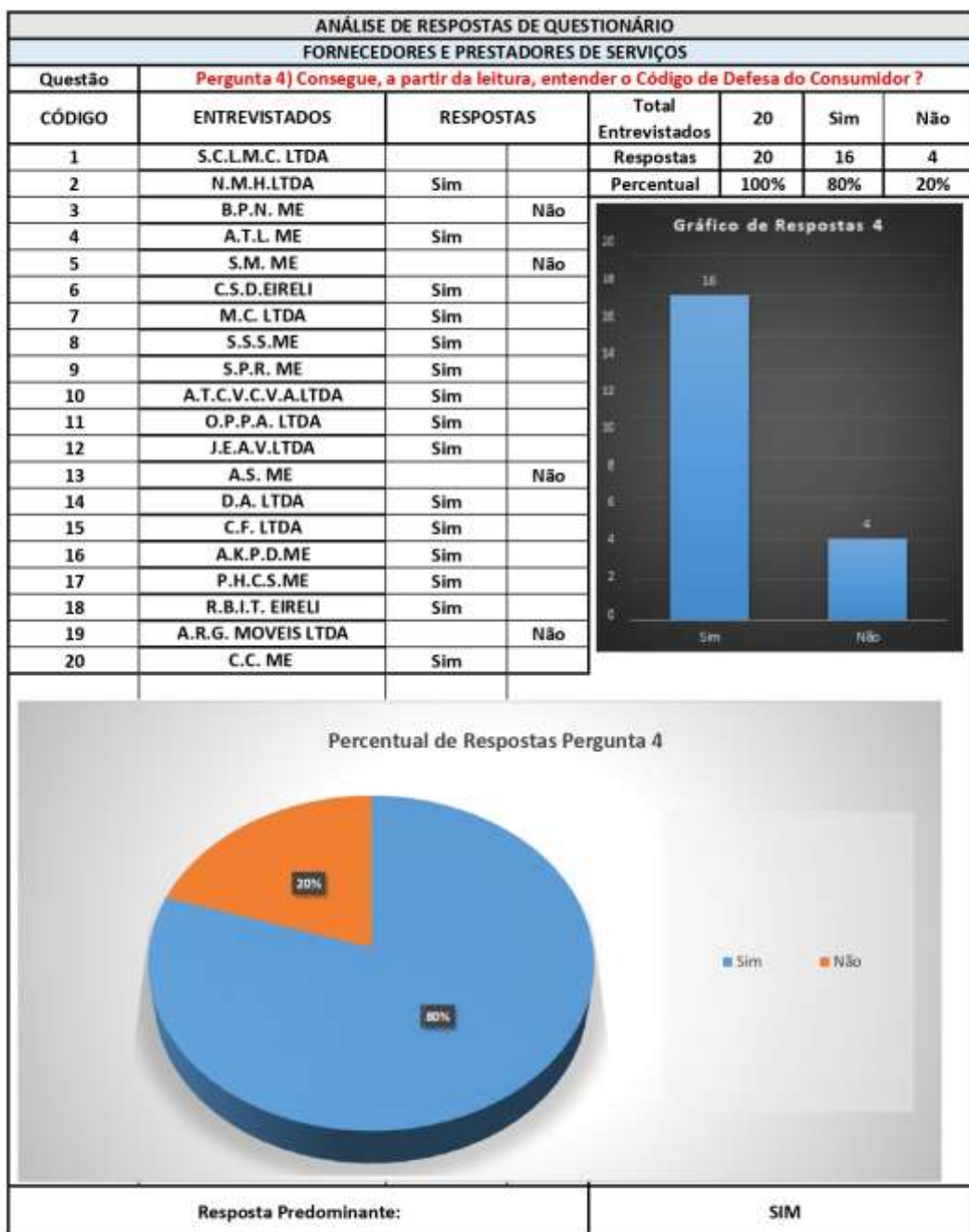
Questão	Idéia Central (IC)	Resposta Predominante (RP)	Relevância (Re)
01	(IC): Saber se o CDC chegou ao seu conhecimento	(RP): SIM	(Re): 5
02	(IC):Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re):4
03	(IC): Saber se tem alguma Educação de Consumo	(RP): SIM	(Re): 3
04	(IC): Se conhece o fundamento da Lei.	(RP) SIM	(Re): 3
05	(IC): Saber se o CDC chegou ao seu conhecimento	(RP): SIM/NÃO	(Re): 5

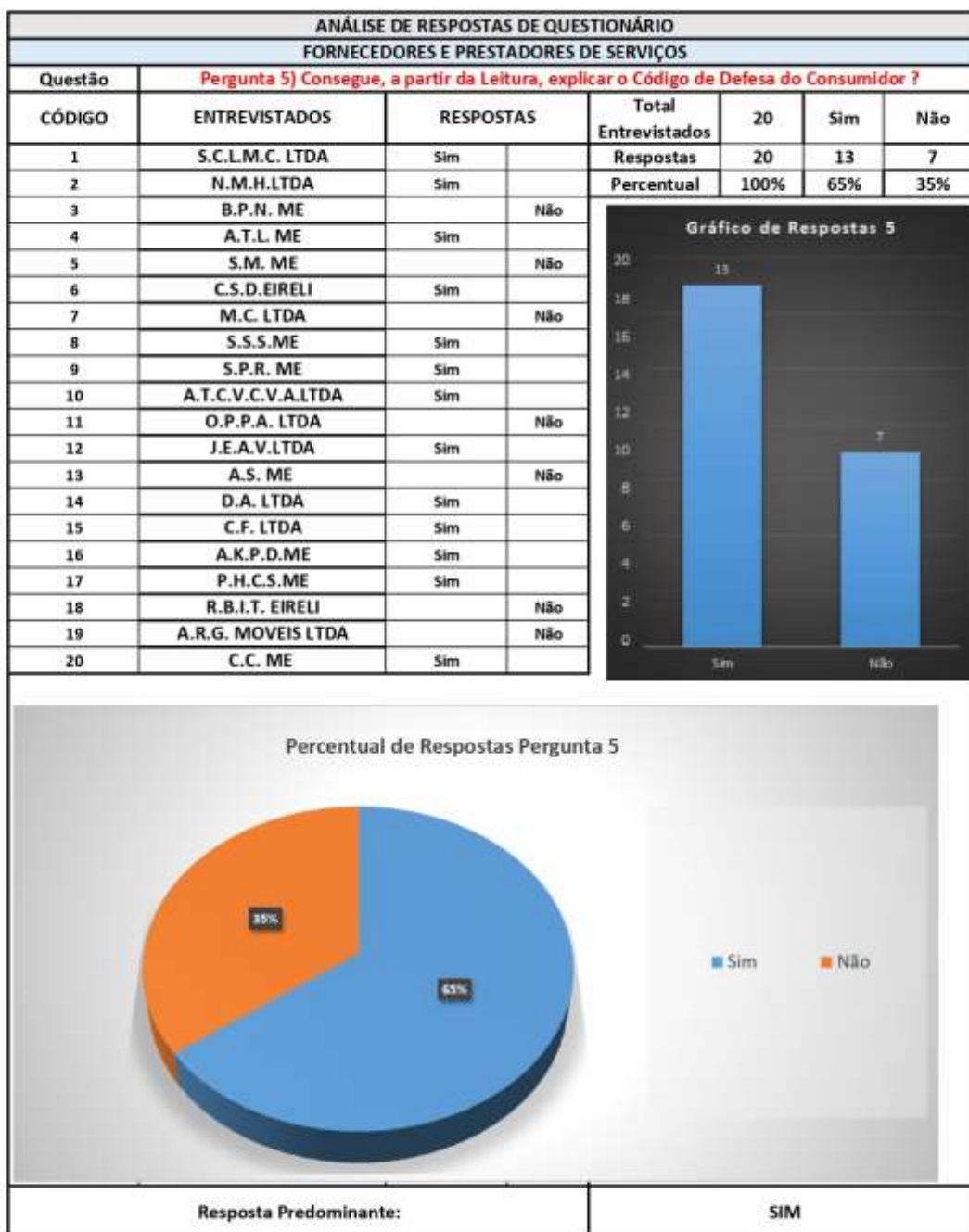
Apêndice D

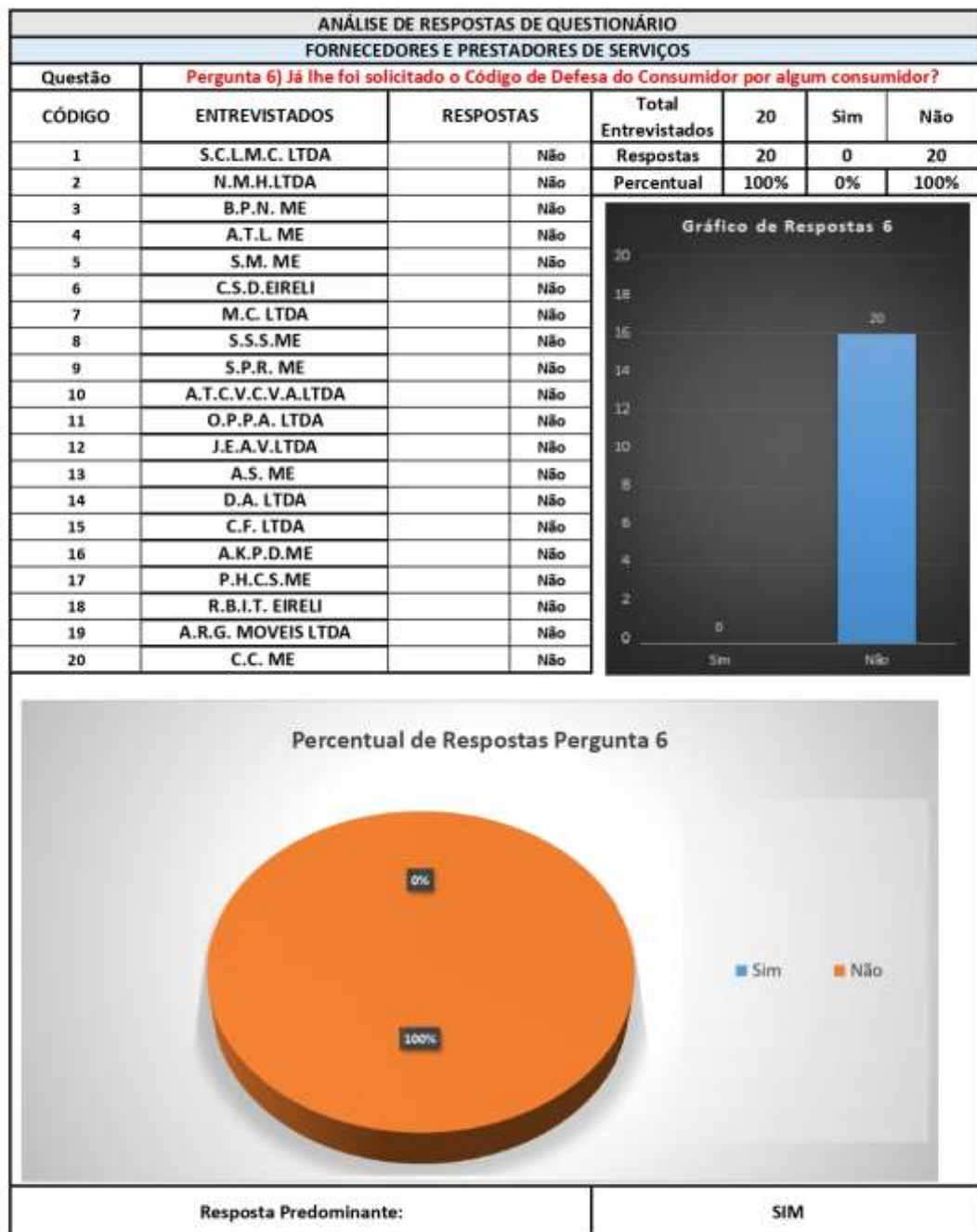


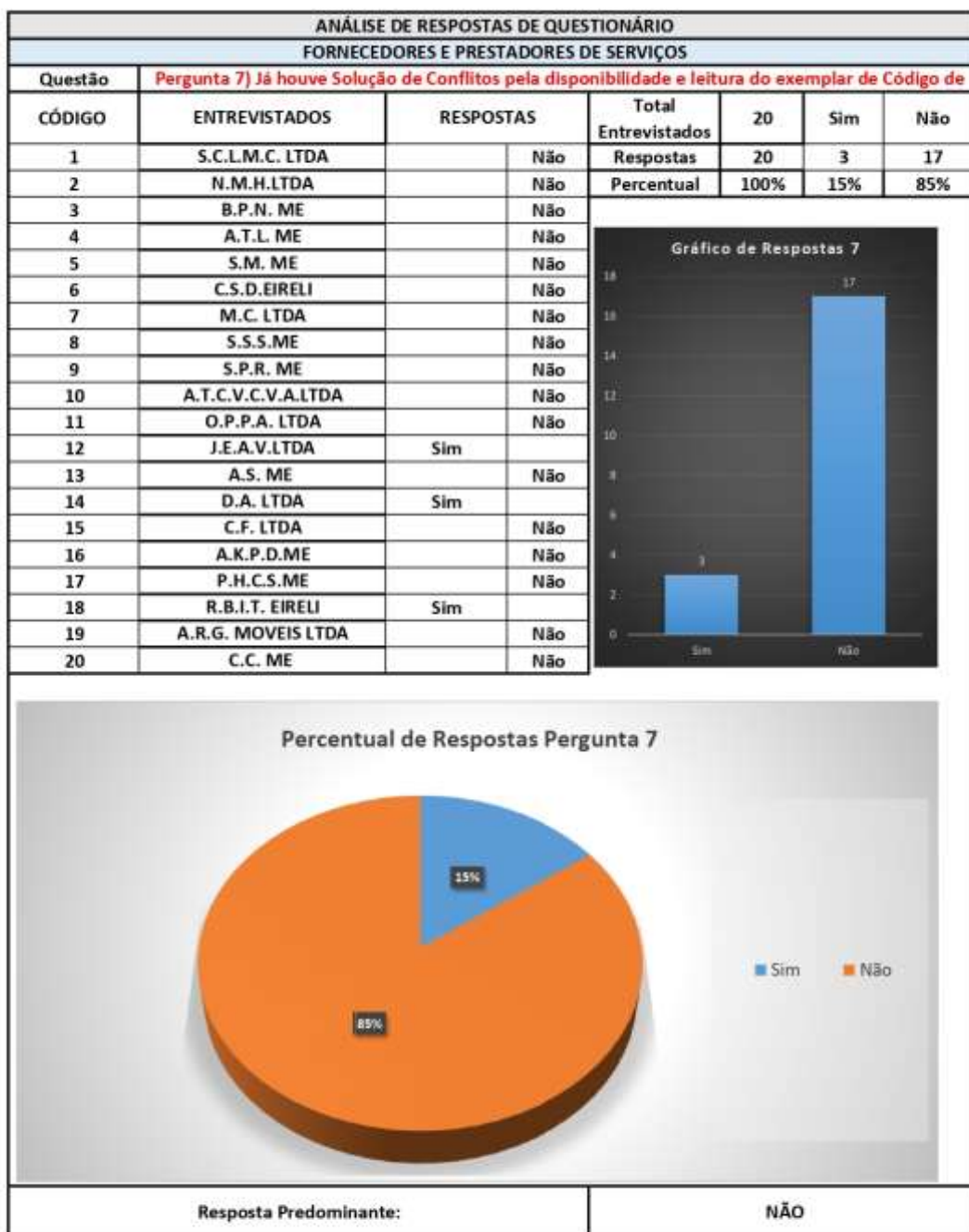












QUADRO DE RESUMO DA ANÁLISE	
Análise de Respostas de Questionário	
FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS	
Questão	Resposta Predominante
Pergunta 1) Conhece o Código de Defesa do Consumidor?	SIM
Pergunta 2) Tem o Código de Defesa do Consumidor Disponível em seu estabelecimento?	SIM
Pergunta 3) Conhece a Lei 12.291/2010?	NÃO
Pergunta 4) Consegue, a partir da leitura, entender o Código de Defesa do Consumidor ?	SIM
Pergunta 5) Consegue, a partir da Leitura, explicar o Código de Defesa do Consumidor ?	SIM
Pergunta 6) Já lhe foi solicitado o Código de Defesa do Consumidor por algum consumidor?	NÃO
Pergunta 7) Já houve Solução de Conflitos pela disponibilidade e leitura do exemplar de Código de Defesa do Consumidor ?	NÃO
Total de Entrevistados	20



Questão	Idéia Central (IC)	Resposta Predominante (RP)	Relevância (Re)
01	(IC): O CDC chegou ao seu conhecimento?	(RP): SIM	(Re): 5
02	(IC): A lei é respeitada ou caiu em “desuso”	(RP): SIM	(Re): 4
03	(IC): Os fundamentos da lei são conhecidos	(RP): NÃO	(Re): 3
04	(IC): Está apto a interpretar a lei principal	(RP) SIM	(Re): 5
05	(IC): Está apto a gerar Educação de Consumo	(RP): SIM	(Re): 5
06	(IC):Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re):4
07	(IC):Saber se a lei gerou impactos no dia a dia	(RP): NÃO	(Re):4

ANEXO

FACULDADE DE CIÊNCIAS
MÉDICAS DR. JOSÉ ANTÔNIO
GARCIA COUTINHO - FACIMPA



PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: LEI 12.291/2010: entre a eficácia e o esquecimento. Um Mecanismo para solução de controvérsias e formação de uma consciência do consumidor

Pesquisador: ANA CAROLINA DA MOTTA PAES

Área Temática:

Versão: 3

CAAE: 36111220.1.0000.5102

Instituição Proponente: FUNDAÇÃO SUL MINEIRA DE ENSINO

Patrocinador Principal: Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.523.954

Apresentação do Projeto:

O mecanismo criado pelo legislador para solução de controvérsias e , também, formação de uma consciência de consumo vinculada à obrigatoriedade de disponibilidade de um exemplar da lei pelo estabelecimento comercial e prestador de serviço e sua eficácia A LEI 12.291/2010, foi criada como meio de solução de conflitos nas relações de consumo partindo-se da ideia de que, sendo a Lei 8078/1990 simples e fácil

compreensão sua disponibilidade obrigatório dentro dos estabelecimento propiciaria maior acesso ao consumidor que, ciente de seus direitos fundamentais, teria uma maior facilidade em dirimir problemas. De outro lado parte-se do pressuposto de que o fornecedor de mercadores seria propenso a solução sabendo que o direito do consumidor é indisponível.

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário: Analisar a eficácia da Lei 12.291/2010 partindo-se de seus princípios de proteção aos interesses do consumidor e a defesa da livre concorrência, e superado os estudos teóricos iniciada uma pesquisa de campo, no segundo semestre de 2020, na cidade de Pouso Alegre-MG, junto aos consumidores e comerciantes, para compreensão dos efeitos da norma na sociedade e sua aptidão para eliminar controvérsias na relação de consumo e para formação de consciência de consumo,

Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470

Bairro: Campus Fátima I

CEP: 37.554-210

UF: MG

Município: POUSO ALEGRE

Telefone: (35)3449-9248

E-mail: pesquisa@univas.edu.br

FACULDADE DE CIÊNCIAS
MÉDICAS DR. JOSÉ ANTÔNIO
GARCIA COUTINHO - FACIMPA



Continuação do Parecer: 4.523.954

Objetivo Secundário: 1. Discorrer sobre o código de Defesa do Consumidor seus princípios e afinidade com a lei antitruste. Desafios para a efetividade de uma nova lei, sobretudo quando se trata de um novo mecanismo com principiologia própria. A necessidade e importância de formar uma cultura, uma consciência dos direitos do consumidor. 2. Estudos teóricos sobre validade e eficácia de uma norma Jurídica. Análise da vontade do Legislador, as dificuldades impostas na interpretação de normas essenciais como Código de Defesa do Consumidor e suas possíveis soluções. 3. Analisar a Lei 12.291/2010, suas peculiaridades, possíveis lacunas e seus objetivos. Os impactos da norma na sociedade (tanto para consumidor como para o prestador de serviços e produtos), sua contribuição à nação e sua aptidão e eficácia na solução de conflitos e criação de uma consciência de consumo.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos: Sendo o público alvo dividido em duas categorias é possível abordar dois tipos de riscos mínimo: 1) **AO CONSUMIDOR:** Os riscos serão provenientes do desconforto constrangimento por conter informações relacionadas a prática pessoal de consumo, possível identificação de desconhecimento de lei e normas, ou pontos equivocados de interpretação da lei que podem interferir no direito indisponível do consumidor, descobrir possíveis inobservâncias a lei 12291/2010, e uma conclusão negativa quanto a eficácia da lei e meios de educação de consumo. 2) **AO PRESTADOR, FORNECEDOR DE SERVIÇOS E PRODUTOS:** Os riscos consistem causar, ainda que de forma leve, constrangimento por conter informações relacionadas a conduta interna, hábitos de abordagem ao consumidor ou hábitos da empresa fornecedor de serviços e/ou produtos.

Informamos que essa pesquisa traz como possíveis riscos a descoberta de pontos equivocados de interpretação da lei que podem interferir no direito indisponível do consumidor, descobrir possíveis inobservância à lei 12291/2010, e uma conclusão negativa quanto a eficácia da lei e meios de educação de consumo.

Benefícios: Poderá indicar se a referida lei, traz o risco de multa aos estabelecimentos, através de uma lei eficaz e útil ou não e identificar meios mais eficazes para educação de consumo.

Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470

Bairro: Campus Fátima I

CEP: 37.554-210

UF: MG

Município: POUSO ALEGRE

Telefone: (35)3449-9248

E-mail: pesquisa@univas.edu.br

FACULDADE DE CIÊNCIAS
MÉDICAS DR. JOSÉ ANTÔNIO
GARCIA COUTINHO - FACIMPA



Continuação do Parecer: 4.523.954

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa oportuna pois explora uma temática atual, e com grande relevância social.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Todos os termos de apresentação obrigatória estão presentes.

Recomendações:

Não colocar nome nos questionários, no local onde encontra-se "entrevistado" colocar entrevistado 1, 2, 3, etc. Não colocar nome, pois a resposta ao questionário deve ser anônima.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Projeto aprovado.

Considerações Finais a critério do CEP:

Os autores deverão apresentar ao CEP um relatório parcial e um final da pesquisa de acordo com o cronograma apresentado no projeto.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1600808.pdf	21/12/2020 01:31:06		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETOCOMITE.pdf	21/12/2020 01:29:55	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
Cronograma	CRONOGRAMA.pdf	21/12/2020 01:28:25	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEfornecedorok.pdf	21/12/2020 01:28:10	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLEconsumidorok.pdf	21/12/2020 01:27:05	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
Outros	QUESTIONARIOCONSUMIDOROK.pdf	23/11/2020 17:19:41	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
Outros	QUESTIONARIOFORNECEDOR.pdf	23/11/2020 17:19:00	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
Outros	ROTEIROPERGUNTASENTREVISTA.pdf	23/11/2020 17:12:03	ANA CAROLINA DA MOTA PAES	Aceito
Folha de Rosto	folharostoassinada.pdf	23/11/2020	ANA CAROLINA DA	Aceito

Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470

Bairro: Campus Fátima I

CEP: 37.554-210

UF: MG

Município: POUSO ALEGRE

Telefone: (35)3449-9248

E-mail: pesquisa@univas.edu.br

FACULDADE DE CIÊNCIAS
MÉDICAS DR. JOSÉ ANTÔNIO
GARCIA COUTINHO - FACIMPA



Continuação do Parecer: 4.523.954

Folha de Rosto	folharostoassinada.pdf	17:07:17	MOTTA PAES	Aceito
----------------	------------------------	----------	------------	--------

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

POUSO ALEGRE, 04 de Fevereiro de 2021

Assinado por:
Ronaldo Júlio Baganha
(Coordenador(a))

Endereço: Avenida Prefeito Tuany Toledo, 470

Bairro: Campus Fátima I

CEP: 37.554-210

UF: MG

Município: POUSO ALEGRE

Telefone: (35)3449-9248

E-mail: pesquisa@univas.edu.br



Art. 10. O provimento dos cargos efetivos e em comissão criados por esta Lei fica condicionado à aprovação da existência de previsão orçamentária suficiente para atender às despesas de despesa de pessoal e aos acréscimos dela decorrentes, conforme disposto no § 1º do art. 169 da Constituição Federal.

Art. 11. A administração superior da Unilab será exercida pelo Reitor e pelo Conselho Universitário, no âmbito de suas respectivas competências, a serem definidas no estatuto e no regimento interno.

§ 1º A presidência do Conselho Universitário será exercida pelo Reitor da Unilab.

§ 2º O Vice-Reitor, nomeado de acordo com a legislação pertinente, substituirá o Reitor em suas ausências ou impedimentos legais.

§ 3º O estatuto da Unilab disporá sobre a composição e as competências do Conselho Universitário, de acordo com a legislação pertinente.

Art. 12. Os cargos de Reitor e de Vice-Reitor serão providos *pro tempore* por ato do Ministro de Estado da Educação até que a Unilab seja instituída na forma de seu estatuto.

Art. 13. Com a finalidade de cumprir sua missão institucional específica de formar recursos humanos aptos a contribuir para a integração dos países membros da CPLP, especialmente os países africanos, para o desenvolvimento regional e para o intercâmbio cultural, científico e educacional com os países envolvidos, observando-se o seguinte:

I - o quadro de professores da Unilab será formado mediante seleção aberta aos diversos países envolvidos, e o processo seletivo versará sobre temas e abordagens que garantam o intercâmbio em igualdade de condições entre todos os candidatos de forma a estimular a diversidade do corpo docente;

II - a Unilab poderá contratar professores visitantes com reconhecimento acadêmico afeto à temática da integração com os países membros da CPLP, especialmente os países africanos, observadas as disposições da Lei nº 8.745, de 9 de dezembro de 1993;

III - os processos de seleção de docentes serão conduzidos por banca com composição internacional, representativa dos países membros da CPLP;

IV - a seleção dos alunos será aberta a candidatos dos diversos países envolvidos, e o processo seletivo versará sobre temas e abordagens que garantam o intercâmbio em igualdade de condições entre todos os candidatos; e

V - os processos de seleção de alunos serão conduzidos por banca com composição internacional, representativa dos países membros da CPLP.

Art. 14. A Unilab encaminhará ao Ministério da Educação proposta de estatuto para aprovação pelas instâncias competentes, no prazo de 180 (cento e oitenta) dias contados da data de provimento dos cargos de Reitor e Vice-Reitor *pro tempore*.

Art. 15. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Fernando Haddad
Paulo Bernardo Silva

ANEXO

QUADROS DE PESSOAL EFETIVO

CARGOS DE NÍVEL SUPERIOR (NS)	QUANTIDADE
Administrativo	0
Assistente de Tecnologia da Informação	4
Arquiteto e Urbanista	2
Aquicultor	3
Assistente Social	1
Auxiliar	1
Bibliotecário - Documentalista	2
Biólogo	2
Biomédico	2
Contador	2
Comunicação	2
Engenheiro/Área	2
Engenheiro de Segurança do Trabalho	1
Enfermeiro	1
Modéstica/Área	1
Normeista/Habilitação	2
Polígrafo/Área	2
Psicólogo/Área	2
Relações Públicas	2
Secretário Executivo	0
Servente em Atividades Educacionais	2
Técnico e Técnico	2
TOTAL	69

CARGOS DE NÍVEL INTERMEDIÁRIO (NI)	QUANTIDADE
Assistente em Administração	100
Assistente em Contabilidade	4
Assistente de Laboratório/Área	50
Assistente de Tecnologia da Informação	2
Assistente em Segurança do Trabalho	1
Assistente e Inspetor de Laboratório de Saúde	4
TOTAL	139

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/noticias/leis>, pelo código 00012010072100005

LEI Nº 12.290, DE 20 DE JULHO DE 2010

Denomina Rodovia Governador Pedro Góes em trecho rodoviário da BR-230, entre as cidades do Cabedelo e João Pessoa, no Estado da Paraíba.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O trecho rodoviário da BR-230 entre as cidades de Cabedelo e João Pessoa, no Estado da Paraíba, passa a ser denominado Rodovia Governador Pedro Góes.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Paulo Sérgio Oliveira Passos

LEI Nº 12.291, DE 20 DE JULHO DE 2010

Tem a obrigação a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I - multa no montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos);

II - (VETADO); e

III - (VETADO).

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

LEI Nº 12.292, DE 20 DE JULHO DE 2010

Autoriza o Poder Executivo a realizar doação para a reconstrução de Gaza.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica o Poder Executivo autorizado a doar recursos à Autoridade Nacional Palestina, em apoio à economia palestina para a reconstrução de Gaza, no valor de até R\$ 25.000.000,00 (vinte e cinco milhões de reais).

Parágrafo único. A doação será efetuada mediante termo firmado pelo Poder Executivo, por intermédio do Ministério das Relações Exteriores, a ser arrolado em carta de doações orçamentárias daquela Pasta.

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Cebes Luiz Nunes Amorim
Paulo Bernardo Silva

LEI Nº 12.293, DE 20 DE JULHO DE 2010

Altera o inciso XVIII do art. 4º da Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010, que estabelece a receita e fixa a despesa da Unilab para o exercício financeiro de 2010.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º O inciso XVIII do art. 4º da Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010, passa a vigorar com a seguinte redação:

"XVIII - das ações do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC, classificadas com identificação de resultado primário "3", mediante o rearranjo de até trinta por cento do montante das dotações orçamentárias desse Programa constantes desta Lei;"

Art. 2º Acrescenta o parágrafo 5º ao art. 4º da Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010:

"§ 5º O Poder Executivo encaminhará, trimestralmente, à Comissão de que trata o § 1º do art. 166 da Constituição Federal, relatório com as modificações decorrentes da aplicação do inciso XVIII do caput;"

Art. 3º As ações previstas no inciso XVIII do art. 4º da Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010, alterada pela presente Lei, serão apuradas programáticas, em nível de rubrica, contempladas e executadas no âmbito do Programa de Aceleração do Crescimento - PAC, até 08 de julho de 2010.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Paulo Bernardo Silva

LEI Nº 12.294, DE 20 DE JULHO DE 2010

Altera os Orçamentos Fiscal e de Seguridade Social da União (Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010), em favor da Presidência da República e dos Ministérios de Minas e Energia, dos Transportes, da Integração Nacional e das Cidades, crédito suplementar no valor global de R\$ 3.470.962.700,00 (três bilhões, quatrocentos e setenta e dois milhões, setecentos e sessenta e dois mil e setecentos reais), para atender à programação constante do Anexo II desta Lei.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Fica alterado os Orçamentos Fiscal e de Seguridade Social da União (Lei nº 12.214, de 26 de janeiro de 2010), em favor da Presidência da República e dos Ministérios de Minas e Energia, dos Transportes, da Integração Nacional e das Cidades, crédito suplementar no valor global de R\$ 3.470.962.700,00 (três bilhões, quatrocentos e setenta e dois milhões, setecentos e sessenta e dois mil e setecentos reais), para atender à programação constante do Anexo II desta Lei.

Art. 2º Os recursos necessários à abertura do crédito de que trata o art. 1º decorrem de:

I - superávit financeiro apurado no Balanço Patrimonial da União do exercício de 2009, no valor de R\$ 3.117.342.487,00 (três bilhões, cento e dezessete milhões, trezentos e quarenta e dois mil, quatrocentos e oitenta e sete reais), sendo:

a) R\$ 2.556.547.950,00 (dois bilhões, quinhentos e cinquenta e seis milhões, quinhentos e quarenta e sete mil, novecentos e cinquenta e sete reais) de Recursos Ordinários;

b) R\$ 546.229.000,00 (quinhentos e quarenta e seis milhões, duzentos e vinte e nove mil reais) de Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico - Contribuintes;

c) R\$ 4.272.000,00 (quatro milhões, duzentos e setenta e dois mil reais) de Contribuição para os Programas Especiais (Pis e Proterris); e

d) R\$ 10.201.537,00 (dez milhões, duzentos e noventa e três mil, quinhentos e trinta e sete reais) de Contribuições Financeiras pela Exploração de Petróleo ou Gás Natural; e

II - anulação de dotações orçamentárias, no valor de R\$ 331.620.213,00 (trezentos e trinta e um milhões, seiscentos e vinte e três mil, duzentos e treze reais), conforme indicado no Anexo II desta Lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010, 189ª da Independência e 122ª da República.

LUÍZ INÁCIO LULA DA SILVA
Paulo Bernardo Silva

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.206-2 de 24/06/2004, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.

23/02/2021

L12291



Presidência da República
Casa Civil
Subchefia para Assuntos Jurídicos

LEI Nº 12.291, DE 20 DE JULHO DE 2010.

Mensagem de veto

Torna obrigatória a manutenção de exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º São os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços obrigados a manter, em local visível e de fácil acesso ao público, 1 (um) exemplar do Código de Defesa do Consumidor.

Art. 2º O não cumprimento do disposto nesta Lei implicará as seguintes penalidades, a serem aplicadas aos infratores pela autoridade administrativa no âmbito de sua atribuição:

I - multa no montante de até R\$ 1.064,10 (mil e sessenta e quatro reais e dez centavos);

II - (VETADO); e

III - (VETADO).

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 20 de julho de 2010; 189ª da Independência e 122ª da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Luiz Paulo Teles Ferreira Barreto

Este texto não substitui o publicado no DOU de 21.7.2010