

UNILEÃO
CENTRO UNIVERSITÁRIO DOUTOR LEÃO SAMPAIO
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DIREITO

LUCAS DOS SANTOS ALVES

O CONSUMISMO E AS DEMANDAS JUDICIAIS CONSUMERISTAS

JUAZEIRO DO NORTE-CE
2021

LUCAS DOS SANTOS ALVES

O CONSUMISMO E AS DEMANDAS JUDICIAIS CONSUMERISTAS

Trabalho de Conclusão de Curso – *Artigo Científico*,
apresentado à Coordenação do Curso de Graduação
em Direito do Centro Universitário Doutor Leão
Sampaio, em cumprimento às exigências para a
obtenção do grau de Bacharel.

Orientador: Ma. Tamyris Madeira de Brito

JUAZEIRO DO NORTE-CE
2021

LUCAS DOS SANTOS ALVES

O CONSUMISMO E AS DEMANDAS JUDICIAIS CONSUMERISTAS

Este exemplar corresponde à redação final aprovada do Trabalho de Conclusão de Curso de LUCAS DOS SANTOS ALVES.

Data da Apresentação ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Ma. Tamyris Madeira de Brito

Membro: Ma. Joseane de Queiroz Vieira / Unileão

Membro: Ma. Rafaella Dias Gonçalves / Unileão

JUAZEIRO DO NORTE-CE

2021

O CONSUMISMO E AS DEMANDAS JUDICIAIS CONSUMERISTAS

Lucas dos Santos Alves¹
Tamyris Madeira de Brito²

RESUMO

Esta pesquisa trata da relação entre o consumismo e os processos judiciais que envolvem demandas relacionadas a conflitos oriundos das relações de consumo e os respectivos efeitos sociais. Os objetivos estabelecidos para a produção e desenvolvimento desta pesquisa são, investigar como surgiu o consumismo e se este tem efeitos no aumento ou na diminuição dos processos consumeristas, além de buscar os reflexos sociais do consumismo. A metodologia utilizada neste trabalho está organizada nos seguintes elementos metodológicos: é uma pesquisa descritiva e bibliográfica, baseada em pesquisas de dados secundários. A importância desta pesquisa dá-se em razão de que o consumo faz parte da vida de todas as pessoas e entender as consequências jurídicas e sociais do consumo exacerbado é essencial para leis mais justas, políticas públicas mais voltadas às questões hodiernas, reacendendo novas discussões sobre o consumo consciente, assim como, refletir sobre a garantia da sustentabilidade, além de trazer maior riqueza teórica ao Direito, já que há uma interdisciplinaridade ao longo da pesquisa. Os resultados obtidos indicam que, as causas consumeristas estão entre uma das causas mais demandadas no Poder Judiciário, tendo como forte influência o consumismo, ademais, o consumismo além de colaborar com a alta nas causas consumeristas pode provocar alguns efeitos negativos no aspecto social, como o individualismo, as pessoas tratando-se reciprocamente como objetos, bem como outros efeitos citados durante a pesquisa.

Palavras-Chave: Direito do consumidor. Consumismo. Demandas judiciais.

ABSTRACT

This research deals with the relationship between consumerism and legal proceedings involving claims related to conflicts arising from consumer relations and their respective social effects. The objectives established for the production and development of this research are to investigate how consumerism emerged and whether it has effects on the increase or decrease of consumerist processes, in addition to seeking the social consequences of consumerism. The methodology used in this work is organized in the following methodological elements: it is a descriptive and bibliographical research, based on secondary data research. The importance of this research is due to the fact that consumption is part of everyone's life and understanding the legal and social consequences of exacerbated consumption is essential for fairer laws, public policies more focused on today's issues, rekindling new discussions about conscious consumption, as well as reflecting on the guarantee of sustainability, in addition to bringing greater theoretical wealth to Law, since there is an interdisciplinary approach throughout the research. The results obtained indicate that consumerist causes are among the most demanded causes in the Judiciary, with consumerism as a strong influence, moreover, consumerism, in addition to collaborating with the rise in consumerist causes, can cause some negative effects in the social aspect, such

¹ Graduando do Curso de Direito do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/Unileão e-mail: lucasantos.direito313@gmail.com

² Professora do Centro Universitário Doutor Leão Sampaio/UNILEÃO; Mestre em Desenvolvimento Regional Sustentável pela Universidade Federal do Cariri-UFCA; Especialista em Direito Previdenciário e Trabalhista; Especialista em Língua Portuguesa, Arte e Educação e Especialista em Literatura Brasileira e Literatura Africana dos Países de Língua Portuguesa. E-mail: tamyrism@leaosampaio.edu.br

as individualism, people treating each other as objects, as well as other effects mentioned during the research.

Keywords: Consumer law. Consumerism. Judicial demands.

1 INTRODUÇÃO

O consumo é algo que advém de qualquer vida biológica, ou seja, todo ser necessita consumir algo para que sua vida seja mantida, assim, o consumo é algo normal e necessário da vida humana, porém, o problema entra em cena quando o ato de consumir se torna consumismo, conforme Bauman (2008), as sociedades do final do século XX e início do século XXI são caracterizadas pelo alto nível de consumo, havendo uma transformação do consumo em consumismo, assim, há uma utilização exagerada de bens desnecessários, sendo o consumo não mais o coadjuvante da vida humana, mais sim o ator principal do estilo de vida das pessoas. Neste sentido, com o crescimento do consumismo, as relações de consumo se multiplicaram, além disso, o alto consumo gera conforme Bauman (2008) e Lipovetsky (2004), vários efeitos sociais.

Deste modo, esta pesquisa tem como objetivo geral buscar a relação entre o aumento do consumo e as causas consumeristas no âmbito do poder judiciário, haja vista que, com o consumismo há a elevação das relações consumeristas, entre consumidor e fornecedor, nesse sentido, é necessário avaliar se houve também a elevação de processos judiciais consumeristas e quais as possíveis relações, utilizando-se assim, os últimos dados do Justiça em Números, sendo apresentados dados comparativos e buscando através dos dados obtidos, as correlações entre o direito e o aspecto social do consumismo e as possíveis soluções, baseados na doutrina e em artigos científicos.

No que diz respeito aos objetivos específicos, busca-se apresentar o que é consumismo, como este se desenvolveu durante a história humana, quais as diferenças entre consumo e o consumismo. Além disso, esta pesquisa traz as questões envolvendo os possíveis efeitos sociais, inquirindo se o consumo em alta escala pode interferir nas relações interpessoais, se existe uma “materialização ou coisificação” destas relações. Também será examinado se a mediação pode auxiliar na redução de causas consumeristas e por fim, será trazido o tópico da sustentabilidade, visto que, este é um princípio constitucional e que as questões ambientais podem afetar não só o campo jurídico como também o social como um todo, em razão da finitude dos recursos ambientais e da necessidade de um meio ambiente ecologicamente equilibrado para uma vida sadia e digna.

Com esta pesquisa, a sociedade poderá se informar sobre os principais problemas que o consumismo pode trazer, objetivando assim, evocar à luz um problema que afeta o meio social como um todo, podendo servir de instrumento de favorecer o conhecimento e a reflexão sobre o tema. Além disso, a sociedade obterá um maior conhecimento sobre medidas que possam auxiliar à resolução do problema, como políticas públicas, um consumo mais consciente e sustentável.

No que diz respeito ao campo jurídico, é perceptível que, com esta pesquisa o direito poderá ter um diálogo maior com os outros campos do conhecimento, como a sociologia, a filosofia e a economia, colaborando desta forma, para uma interdisciplinaridade, tratando-se também de um tema atual e que atinge diversas pessoas.

No que diz respeito à metodologia da pesquisa, esta tem como objetivo classificar o trabalho conforme os parâmetros científicos e acadêmicos, neste sentido, quanto à área do conhecimento, esta pesquisa se classifica em ciências sociais aplicadas, já que se trata de uma pesquisa jurídica. Quanto aos objetivos, esta pesquisa se qualifica como descritiva, tendo em vista que, busca descrever determinado problema social e jurídico através da coleta de dados secundários, estabelecendo as respectivas relações.

Quanto à abordagem a pesquisa se classifica em qualitativa, já que busca explicar um fenômeno, com o fim de aprofundamento, não se restringindo apenas aos dados meramente numéricos. Por último, este artigo se qualifica por ser bibliográfico, pois há a utilização da internet, livros, artigos, revistas, periódicos e legislações.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSUMO VS CONSUMISMO

O consumo é algo tão comum e muito mais antigo do que se imagina, Bauman (2008) aponta que, o consumo é algo natural de qualquer ser vivo, fazendo parte da sobrevivência e das necessidades biológicas dos humanos e de qualquer outro organismo vivo. Nesse sentido, o ato de consumir não é algo novo, mas uma ação que está umbilicalmente conectada aos processos de vida, consome-se porque o organismo biológico necessita de suprimentos, comida, proteção e segurança, logo, consumir é manter a vida, é dar substrato ao ciclo biológico para fomentar a própria sobrevivência do ser vivo.

O consumo tinha como fulcro as necessidades vitais, não havia muita margem de criação de novos tipos de consumo, de novos inventos para satisfazer outras necessidades que não as

básicas e ordinárias da vida biológica, Bauman (2008) afirma que, o consumo nestes moldes citados acima, deixa pouco espaço para a criatividade inventiva, para a criação e manipulação de novas formas de consumo.

Contudo, há no delinear da história humana um ponto de ruptura, que Bauman (2008) chama de “revolução consumista”, ou seja, há a superação do consumo pelo consumismo, o consumo deixa de ser algo trivial na vida humana para se tornar consumismo, a base e a finalidade última da vida das pessoas. Para Moura (2018), o consumismo tem como ponto de partida a revolução industrial: “Mais recentemente, a revolução industrial provocou grandes transformações na sociedade, proporcionando um leque de opções para consumo em massa, mudando os costumes das pessoas no tocante à aquisição de bens”.

Para Bauman (2008), o apogeu do consumismo se deu a partir da transformação da sociedade de produtores da era sólido-moderna, para a sociedade de consumidores da era líquido-moderno. Nesse sentido, a sociedade de produtores segundo o autor mencionado, era baseada na segurança, na estabilidade das coisas e das relações, o intuito desta sociedade, era produzir em alta escala, com o objetivo de garantir uma maior proteção e segurança às pessoas a longo prazo. Filomeno (2018), sustenta que: “No início das invenções dava-se muito importância à durabilidade dos produtos, embora hoje considerados sem graça, duros, rústicos, pesados, porém, eficientes e duradouros”.

Algumas décadas após a segunda guerra mundial é que nasce a ideia de liquidez, cunhada por Bauman (2001), para este, é no período do pós-guerra que o ser humano busca a libertação das tradições, a emancipação da estabilidade, uma maior liberdade frente às promessas que a modernidade trouxe, de um mundo mais justo, mais harmonioso, baseado na razão e na longa durabilidade, que porém, resultou em uma guerra mundial, com cenas aterrorizantes e episódios de massacres humanos sem precedentes iguais. Assim, a era sólida, da certeza e da durabilidade, cai por terra, se dissolve, frente a liquidez.

A era líquido-moderna é caracterizada pela liquidez, pela instabilidade da vida como um todo, emergindo daí uma sociedade chamada por Bauman (2008), de “sociedade de consumidores”, tendo em vista que, os desejos são instáveis e insaciáveis, e frente ao campo das incertezas do futuro, os anseios devem ser prontamente saciados, não se deve esperar o longo prazo para que haja a satisfação.

O consumo passa a ser consumismo quando, deixa de ser algo trivial e natural da vida biológico, para se transformar no centro e no propósito de vida humana, perfazendo a economia,

a cultura, tendo efeitos sociais e até mesmo jurídicos, como afirma Bauman (2008). Moura (2018), atesta que: “O consumo exagerado se transforma em consumismo, ou seja, as pessoas passam a adquirir produtos e serviços muito além daquilo que seria considerado essencial para a sua sobrevivência”. É notável que, o consumismo parte do exagero, é quando o excesso se torna a regra do jogo, criam-se “necessidades”, talvez nem tão necessárias assim, porém, divulgadas e promovidas no meio televisivo, nos rádios, publicidades e redes sociais.

2.2 O CONSUMISMO E O NOVO ESTILO DE VIDA DA SOCIEDADE

Com a chegada da modernidade líquida e da consolidação do consumismo como base da vida humana e cerne do capitalismo hodierno, houve a preocupação de diversos teóricos como Bauman, Lipovetsky, Baudrillard, Slater e diversos outros, sobre os efeitos que o consumo em alta escala poderia trazer nas relações sociais. Nesse desiderato, com a modernidade líquida o consumo se eleva e é difundido pela globalização e pela facilidade de obtenção de produtos e serviços, assim Silva e Pedro (2015, p. 1-2) sintetizam:

A partir da segunda metade do século XX consolidou-se nos países do capitalismo avançado um estilo de vida caracterizado pelo consumo exacerbado, fenômeno denominado consumismo, difundido mundialmente pelo processo de globalização, através de mecanismos que proporcionam interação dos mercados comercializadores e consumidores de todo o mundo, facilitando a aquisição de produtos, serviços e tecnologias.

Bauman (2008), aduz que o consumo caracterizado pelo consumismo, afeta exponencialmente as relações sociais, transformando pessoas em mercadoria, ou seja, há uma coisificação das relações sociais, as pessoas na sociedade de consumidores tendem a se vender, desta feita, para conseguir um emprego, uma vida social mais ativa, uma emigração para outro país, um novo amor nas redes sociais, elas devem promover suas qualidades, classificar seus valores, expor e vender o seu próprio produto, quais sejam, elas próprias.

Outra questão relevante em que o consumismo também afeta ao meio social é sobre o individualismo, Baudrillard (2010), reconhece que “vivemos o tempo dos objetos”, o ser humano encontra-se mais rodeado de objetos do que outros seres de carne e osso, a questão da proximidade entre as pessoas está cada vez mais sendo substituída pelos produtos e objetos do mercado de consumo.

Bauman (2008), chama a sociedade de consumidores de “(...) uma sociedade pulverizada em indivíduos solitários e famílias (em fragmentação)”, é notável que, o consumo visa a satisfação dos desejos de um indivíduo, deste modo, em uma sociedade em que o

consumo exagerado é base da economia e da cultura, o ser humano neste cenário busca, não o senso de comunidade, de solidariedade, mas sim, o seu próprio senso, a sua própria satisfação.

Em tempos de incertezas, a confiança mútua entre as pessoas torna-se cada vez mais frágil, desta maneira, apesar da maior liberdade dada ao indivíduo pela pós-modernidade, o senso de comunidade se retrai com o delinear do tempo, o indivíduo tende a focar mais em si mesmo, torna-se mais indiferente às questões públicas, busca em primeiro lugar seu benefício próprio em detrimento de um benefício obtido através do bem-estar dos outros.

Barbosa (2004), afirma que é através do consumo que podemos modelar nossa identidade, além de podermos através dos produtos do mercado reconhecer e confirmar nossa identidade, nossos gostos e preferências. Assim, o processo da escolha do produto é individualizado, e caracterizado pela fomentação de uma identidade, todo este processo colabora como alerta Bauman (2008), para ao enfraquecimento dos vínculos humanos e com a fomentação da individualidade.

Outro ponto em que o consumismo afeta a sociedade é o enfraquecimento pelo interesse político, haja vista que, a preocupação com o coletivo deu espaço à individualidade, segundo Lipovetsky (2004), para a sociedade hodierna, o passado e o futuro são desacreditados, o que predomina é o presente, que a todo momento é renovado e atualizado. O medo, as incertezas do futuro, trazem cada vez menos credibilidade de que a política possa ser um caminho para a salvação, Bauman (2008, p. 185) aduz que, “o “ativismo de consumo” é um sintoma do crescente desencanto com a política”.

Além destes tópicos trazidos à baila, o consumismo trouxe um novo estilo de vida para o ser humano, tendo em vista que atinge não somente o indivíduo como potencial consumidor, mas também atinge a cultura de diversos países, com a globalização, bem como, a democratização da internet, foram abertos amplos campos de atuação do mercado sobre seus potenciais compradores, que por sua vez estão a todo momento expostos a publicidades e aos encantos que o mercado o pode oferecer. De acordo com Verbicario e Gabriel (2017) “no atual contexto de uma modernidade líquida ou fluída (BAUMAN, 2001), uma só cultura pode gerar objetos de consumo para todo o globo, exigindo uma produção dinâmica e massificada”.

Para Don Slater, citado por Barbosa (2004), o consumo é o aspecto central da vida social, dessa forma, os valores, as ideias, as condutas sociais, as questões de identidade são pautadas em grande parte no consumo, e não mais no trabalho, na religião, política, cidadania e direito. Assim, o consumismo torna-se uma cultura. Destarte, com o avanço tecnológico, com

a criação de novas necessidades, de produtos mais novos e sofisticados, a compulsão por comprar se torna um ciclo vicioso.

Para Bauman (2008), um dos valores mais salientes na sociedade de consumidores é a promessa de uma vida feliz, de uma existência com uma felicidade imediata e duradoura. Posto isso, é no consumo que o mercado promete esta felicidade, através da satisfação dos desejos, contudo, como o desejo é insaciável, a busca por novas sensações e experiências que o consumo traz é cada vez mais repetida

Com este consumo ávido e exacerbado, o consumidor pode passar pelo superendividamento, segundo Angelis e Lemos (2018), “O sistema capitalista contribui para o consumidor se transformar em consumista e a oferta desenfreada de crédito por instituições financeiras e bancárias acarreta o superendividamento do indivíduo (...)”, nesse desiderato, apesar da promessa de felicidade que todo produto traz em seu bojo, o consumismo traz diversas consequências na questão econômica do consumidor.

Deste forma, foi possível visualizar os principais efeitos que o consumismo pode trazer na vida da sociedade, seja afetando a liberdade de escolha, com uma fomentação do mercado na compulsão e na velocidade de compra e descarte de produtos, como também, na “coisificação das relações sociais”, em que o ser humano torna-se o próprio produto, além disso, há um enfraquecimento pelo interesse das questões políticas, a redução do senso de comunidade e de solidariedade e também a questão econômica do ser humano é atingida, com o superendividamento e com o consumo cada vez mais frequente e célere, cada vez mais o consumidor entra em um colapso financeiro.

2.3 PROTEÇÃO JURÍDICA DO CONSUMIDOR

Dada a importância do consumo na vida humana, era necessária uma proteção jurídica, assim, com o crescimento de grandes indústrias e a produção em larga escala, na relação entre o fornecedor e o consumidor, o último era o mais vulnerável, tendo em vista, a falta de conhecimento teórico a respeito do produto, além do seu menor poder econômico, técnico, informacional e jurídico, frente ao fornecedor, sendo mais propenso a ser persuadido por falsas promessas de mercado, expor sua segurança e saúde, assim o consumidor faz parte do elo mais fraco da relação, segundo Tartuce (2018, p. 49), “a expressão consumidor vulnerável é pleonástica, uma vez que todos os consumidores têm tal condição, decorrente de uma presunção que não admite discussão ou prova em contrário.”

Para haver a proteção ao consumidor, é necessário ter o conhecimento de quem são os personagens da relação de consumo, assim como também, o objeto ao qual a relação de consumo se perfaz. Como resultado, a doutrina classifica os elementos da relação de consumo em dois tópicos, como preceitua Tartuce (2018), quais sejam, elementos subjetivos e elementos objetivos. Os primeiros dizem respeito aos sujeitos que fazem parte da relação consumerista, sendo qualificada por dois sujeitos, os consumidores e os fornecedores. Em relação aos elementos objetivos, há dois objetos principais, o produto e o serviço, o produto é qualquer bem que pode ser economicamente adquirido, já o serviço é qualquer atividade que é realizada mediante remuneração, ressalvado aquelas decorrentes das relações trabalhistas.

Em relação ao elemento subjetivo, o primeiro conceito a ser trabalhado é o consumidor, segundo a dicção do art. 2º, da Lei N. 8.078, de 11 de setembro de 1990, “consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Todavia, a legislação não traz o conceito de destinatário final, criando uma certa lacuna, desta forma, Tartuce (2018, p. 95) afirma que “o principal qualificador da condição de consumidor é que deve ele ser destinatário final do produto ou serviço. Tal elemento é o que desperta as maiores dúvidas a respeito da matéria (...)”.

A doutrina elenca três teorias principais, teoria finalista, maximalista e finalista aprofundada ou mitigada, conforme Tartuce (2018), Filomeno (2018) e Rizzato Nunes (2018). A teoria prevalecente é a finalista, consoante o entendimento da jurisprudência do STJ em seu informativo 510:

A determinação da qualidade de consumidor deve, em regra, ser feita mediante aplicação da teoria finalista, que, numa exegese restritiva do art. 2º do CDC, considera destinatário final tão somente o destinatário fático e econômico do bem ou serviço, seja ele pessoa física ou jurídica.

(REsp 1.195.642-RJ, Rel. Min. Nancy Andrighi, julgado em 13/11/2012, Terceira Turma):

Há também uma teoria intermediária, nem muito restritiva como a finalista, nem expansiva como a maximalista, mas equilibrada, analisando caso a caso, chamada de teoria finalista aprofundada ou mitigada. Para esta teoria o que importa é que, na relação haja vulnerabilidade, Tartuce (2018, p. 100), afirma que essa é a teoria que o STJ adota em alguns casos:

Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área de serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente.

Em relação ao fornecedor, não há muitas dúvidas tendo em vista que, o código foi bem claro na conceituação, trazendo à baila um conceito mais amplo, a Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, preceitua em seu art. 3º que “fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados”, que participam de qualquer etapa necessária para a produção, montagem, importação, exportação e demais verbos trazidos no caput do artigo. Deste modo, o consumidor tem uma proteção especial pelo código de defesa do consumidor, já que é o elo mais fraco da relação consumerista.

2.4 CONSUMISMO E AS CAUSAS CONSUMERISTAS

Na atualidade houve um crescimento exponencial das relações consumeristas, tendo em vista que, segundo Baudrillard (2010), vivemos em tempos de objetos, em que o consumo é cada vez mais fomentado, tempos em que rejeitar o consumo de algo desnecessário é quase um pecado, deste modo, o consumo deixa de ser algo normal e até mesmo comum, para se tornar o propósito da vida humana. Dubena (2014), afirma que, a expansão econômica no Brasil, a industrialização e aumento de empregos, bem como a maior disponibilidade do crédito, auxiliaram na elevação das relações consumerista. Dados da CEM/Cebrap (2006), já apontavam que, apesar do aumento da pobreza naquela época no território brasileiro, houve um aumento no consumo de bens e serviços pelas classes mais pobres.

Neste delinear, há uma facilitação da obtenção de produtos e serviços, não é preciso o consumidor se dirigir ao estabelecimento empresarial para angariar novos bens de consumo, basta estar conectado à internet. É notório que dentro deste contexto há uma maior exposição do consumidor à publicidade, como aduz Moura (2018), a publicidade é um dos grandes trunfos do mercado para induzir no consumidor desejos. Uma pesquisa realizada pela Macroplan (2010), revelou através de dados estatísticos as principais tendências para os próximos 20 anos. Dentro destas tendências estava o aumento do consumo online, a elevação do consumo de idosos, de classes baixa renda e o consumo precoce de crianças e adolescentes. Destarte, há atualmente o crescimento das relações consumeristas.

Outro ponto relacionado com a elevação das relações consumeristas, é a questão da Judicialização das causas, tendo em vista que, com o aumento das relações consumeristas pode haver conseqüentemente um aumento na judicialização das demandas envolvendo conflitos oriundos das relações de consumo. Segundo Barroso (2012), Judicialização significa que causas de grande repercussão envolvendo temas políticos e sociais, são decididas atualmente pelo Poder Judiciário e não pelos poderes que tradicionalmente seriam responsáveis por estas causas,

o Poder Executivo e o Legislativo. Assim, questões que poderiam ser resolvidas pelo Poder Legislativo e Executivo, são decididas pelo Judiciário, tendo em vista que, não houve uma resolução no campo das legislações, nem no campo administrativo.

Barroso (2012) elenca três causas da Judicialização na contemporaneidade, a redemocratização, a constitucionalização abrangente e o sistema de controle de constitucionalidade. A redemocratização do Brasil, que teve como apogeu a Constituição Cidadã promulgada em 1988, trouxe um maior prestígio ao Poder Judiciário, recuperando diversos princípios e garantias, fazendo valer as normas constitucionais e infraconstitucionais, até mesmo quando os outros Poderes violam a lei ou se omitem, tendo um maior poder político, já que, segundo Hirschl (2006) apud Berman (2009), o Judiciário é o principal protagonista em resolver conflitos sociais, devido à maior complexidade da sociedade, além de seu papel em colaborar para a determinação de políticas públicas. Dessa maneira, Barroso (2012), conclui que o poder judiciário foi fortalecido e a demanda da sociedade brasileira pela atuação do judiciário também aumentou.

Quanto a constitucionalização abrangente, Barroso (2012) apresenta que, temas que eram tratados pelas legislações em normas infraconstitucionais, agora são tratados na própria Constituição, além de ser a norma mais importante do país, é também a norma mais abrangente e analítica. Nesse diapasão, os direitos constitucionais podem ser cobrados por meio de uma ação para provocar o judiciário, um dos exemplos é o direito de proteção ao consumidor presente no art. 5º, inciso XXXII, da Constituição de 1988.

Por último, no que diz respeito ao sistema de controle de constitucionalidade brasileiro, Barroso (2012), acentua que o Brasil adota um regime misto, ou seja, tanto o sistema Europeu como o sistema Americano. Posto isso, o sistema Americano frisa que, qualquer juiz ou Tribunal poderá deixar de aplicar uma lei em um caso concreto, de modo incidental ou difuso, que envolva uma norma inconstitucional, assim este tipo de sistema não é restritivo, mas extensivo, já que distribui a competência para todos os juízos efetuarem o controle constitucional.

Fazendo um paralelo com o sistema Europeu Barroso (2012) aponta que o modelo é mais restrito, há um Tribunal específico que julgará a inconstitucionalidade de uma norma, por meio de uma ação direta, no caso do Brasil esse Tribunal é o Supremo Tribunal Federal, soma-se a isso, o amplo número de entes que possuem legitimidade para ajuizar a ação.

Em virtude do maior protagonismo do judiciário, a procura da sociedade por justiça através de ações aumentou, como afirma Barroso (2012, p. 2): “a redemocratização fortaleceu e expandiu o Poder Judiciário, bem como aumentou a demanda por justiça na sociedade brasileira”.

Nesse sentido, será analisado a partir de agora se as causas envolvendo como tema a relação de consumo dos anos de 2017, 2018 e 2019 aumentaram ou não em decorrência do crescimento do consumo e das relações consumeristas, tendo como base o Justiça em Números, que é a principal fonte de estatísticas do Poder Judiciário, conforme a revista Justiça em Números (2018) do Conselho Nacional de Justiça, lembrando-se que o CNJ pega o ano anterior como referência para o próximo ano, ou seja, se foi analisado todos os processos de 2017, será considerado como ano de 2018.

Tabela 1: assuntos mais demandados na Justiça Estadual 2017

Estadual	1. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	1.944.996 (3,83%)
	2. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	1.760.905 (3,46%)
	3. DIREITO TRIBUTÁRIO – Dívida Ativa	1.151.179 (2,27%)
	4. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	1.001.889 (1,97%)
	5. DIREITO CIVIL – Família/Alimentos	853.049 (1,68%)

Fonte: assuntos mais demandados de 2017 (Justiça em Números, CNJ, 2018)

Tabela 2: assuntos mais demandados na Justiça Estadual 2018

Estadual	1. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	1.582.067 (3,81%)
	2. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	1.554.376 (3,74%)
	3. DIREITO CIVIL – Família/Alimentos	860.228 (2,07%)
	4. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	789.071 (1,90%)
	5. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Títulos de Crédito	781.192 (1,88%)

Fonte: assuntos mais demandados de 2018 (Justiça em Números, CNJ, 2019)

Tabela 3: assuntos mais demandados na Justiça Estadual 2019

Estadual	1. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	2.295.880 (4,44%)
	2. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	2.227.212 (4,31%)
	3. DIREITO TRIBUTÁRIO – Dívida Ativa	1.827.565 (3,54%)
	4. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	1.356.290 (2,63%)
	5. DIREITO CIVIL – Família/Alimentos	1.213.022 (2,35%)

Fonte: assuntos mais demandados de 2019 (Justiça em Números, CNJ, 2020)

A partir da análise comparativa das três tabelas acima, é possível notar que, as causas consumeristas estão entre os temas mais recorrentes na Justiça Brasileira Comum no âmbito estadual. Nesse sentido, no âmbito estadual, os processos judiciais envolvendo o tema direito do consumidor ficou entre os três assuntos mais demandados, ocupando em 2019 o primeiro lugar. Nesse diapasão, será analisado as tabelas com os assuntos mais demandados na justiça entre os anos de 2017, 2018 e 2019 nos Juizados Especiais.

Tabela 4: assuntos mais demandados no Juizados especiais 2017

Figura 164: Assuntos mais demandados nos juizados especiais, em 2017

Federal	1. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Auxílio–Doença Previdenciário	394.972 (4,85%)
	2. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Invalidez	259.449 (3,18%)
	3. DIREITO ADMIN. E OUTRAS MATÉRIAS DE DIREITO PÚBLICO – Organização Politico-administrativa / Administração Pública/FGTS/Fundo de Garantia por Tempo de Serviço	223.844 (2,75%)
	4. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Benefício Assistencial (Art. 203, V CF/88)	119.593 (1,47%)
	5. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Idade (Art. 48/51)	117.233 (1,44%)
Estadual	1. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	1.234.983 (15,15%)
	2. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	554.922 (6,81%)
	3. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Títulos de Crédito	345.149 (4,23%)
	4. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	338.750 (4,16%)
	5. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Material	268.834 (3,30%)

Fonte: assuntos mais demandados nos juizados especiais 2017 (Justiça em Números, CNJ, 2018)

Tabela 5: assuntos mais demandados no Juizados especiais 2018

Figura 183: Assuntos mais demandados nos juizados especiais

Federal	1. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Auxílio–Doença Previdenciário	520.669 (6,89%)
	2. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Invalidez	355.546 (4,70%)
	3. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Idade (Art. 48/51)	120.871 (1,60%)
	4. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Benefício Assistencial (Art. 203, V CF/88)	100.355 (1,33%)
	5. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Pedidos Genéricos Relativos aos Benefícios em Espécie/Restabelecimento	67.206 (0,89%)
Estadual	1. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	937.798 (12,41%)
	2. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	382.059 (5,06%)
	3. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	294.693 (3,90%)
	4. DIREITO PROCESSUAL CIVIL E DO TRABALHO – Liquidação/ Cumprimento/ Execução/Obrigações de Fazer/ Não Fazer	265.719 (3,52%)
	5. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Títulos de Crédito	255.448 (3,38%)

Fonte: assuntos mais demandados nos juizados especiais 2018 (Justiça em Números, CNJ, 2019)

Tabela 6: assuntos mais demandados nos Juizados Especiais 2019

Figura 197: Assuntos mais demandados nos juizados especiais

Federal	1. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Auxílio – Doença Previdenciário	474.051 (4,33%)
	2. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Invalidez	338.804 (3,09%)
	3. DIREITO ADM. E OUTRAS MATÉRIAS DE DIREITO PÚBLICO – Organização Político-administrativa / Administração Pública/FGTS/Fundo de Garantia por Tempo de Serviço	213.719 (1,95%)
	4. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie/Aposentadoria por Idade (Art. 48/51)	160.082 (1,46%)
	5. DIREITO PREVIDENCIÁRIO – Benefícios em Espécie	120.257 (1,10%)
Estadual	1. DIREITO DO CONSUMIDOR – Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral	1.554.088 (14,19%)
	2. DIREITO CIVIL – Responsabilidade Civil/Indenização por Dano Moral	710.250 (6,48%)
	3. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Títulos de Crédito	421.847 (3,85%)
	4. DIREITO CIVIL – Obrigações/Espécies de Contratos	420.336 (3,84%)
	5. DIREITO CIVIL – Obrigações/Inadimplemento	375.564 (3,43%)

Fonte: assuntos mais demandados nos juizados especiais 2019 (Justiça em Números, CNJ, 2020)

No que diz respeito, aos assuntos mais demandados nos Juizados Especiais, é notável que, no âmbito estadual, o tema direito do consumidor ocupou em 2017, 2018 e 2019 o primeiro lugar de assunto mais demandado. Neste sentido, tanto na Justiça Comum estadual como nos Juizados Especiais no âmbito estadual, o direito do consumidor é um dos assuntos mais frequentes nas lides, um dos possíveis influenciadores para a alta na litigiosidade das relações de consumo é o consumismo.

Segundo Vitor e Milani (2018), uma das grandes marcas da contemporaneidade é o consumismo desenfreado, qualificado pela rapidez e velocidade. Além disso, outra característica é a democratização do acesso à justiça, com a chegada da Constituição de 1988, princípios como a inafastabilidade da jurisdição e gratuidade da justiça são a base para um acesso mais amplo ao judiciário.

Com a democratização do acesso à justiça, várias lides que poderiam ser resolvidas através do diálogo entre as partes, são judicializados, havendo uma verdadeira judicialização da vida. Conectado a isso, o poder judiciário, conforme Makowiecky (2016), exerce um protagonismo diante do enfraquecimento dos outros poderes, já que, atua de forma a concretizar direitos, princípios e valores constitucionais, atua na criação do direito, sendo “o principal centro de decisões sobre temas políticos, morais, econômicos, científicos, ambientais e até mesmo cotidianos”. Este protagonismo, encoraja várias pessoas na busca da justiça através do Poder Judiciário, fomentando assim, a judicialização das lides.

Com o consumismo não é diferente, tendo em vista que, com a propagação de novos produtos em velocidade alta e o consumo e descarte mais célere e cada vez mais frequente e presente na vida das pessoas, surgem diversos problemas e adversidades, seja na qualidade ou quantidade do produto ou na aptidão e competência na prestação de serviços, com o aumento das relações consumeristas advindas do consumo em larga escala, a procura pelo judiciário é

uma das opções mais sedutoras para solucionar as mazelas advindas das relações de consumo. Assim, o consumismo é um dos principais fatores para a promoção da judicialização dos processos consumeristas, tendo em vista que, se as pessoas consomem mais, haverá mais relações de consumo, e se há mais relações de consumo, ocorrerá uma maior probabilidade de existirem lides envolvendo esta temática.

É interessante ressaltar que, um dos fatores que podem auxiliar na redução das demandas judiciais, são os meios alternativos de resolução de conflitos, pois colaboram com a desjudicialização de processos, servindo de instrumento para a cultura de paz, focada no diálogo e colaboração entre as partes, permitindo uma solução favorável e mais célere para ambos, já que, não há vencedores e perdedores, mas sim, um favorecimento recíproco através do diálogo consensual.

2.5 MÉTODOS ALTERNATIVOS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

Neste tópico, será analisada a importância dos métodos alternativos de resolução de conflitos para a diminuição das causas consumeristas na justiça, será questionado se realmente estas técnicas estão ajudando com a redução ou não. Em uma sociedade cada vez mais complexa, é normal que surjam conflitos, ou seja, quando há uma oposição de interesses entre duas ou mais pessoas sobre determinado direito, segundo Pellegrine (2015), os conflitos se caracterizam por insatisfações, estas são sempre um fator antissocial, que afasta a harmonia e a paz social, assim, surge a necessidade de uma resolução desta lide.

Atualmente a jurisdição é o principal meio de resolução de conflitos. Contudo, Pellegrine (2015), acentua que o processo, (o meio pelo qual o Estado-Juiz realiza a aplicação do direito aos conflitos), frequentemente é demorado e custoso, além da insatisfação das partes muito frequente ao final do processo, o que acaba ensejando, muitas vezes uma recorrência em relação ao litígio. Corolário a isso, surgem os meios de resolução de conflitos, baseados na autocomposição, conforme Salles, Lorencini e Silva (2020), estes métodos são diferentes da Jurisdição, já que, são as próprias partes que irão juntas solucionar o conflito, através do consensualíssimo, sob o cerne da “cultura da pacificação”.

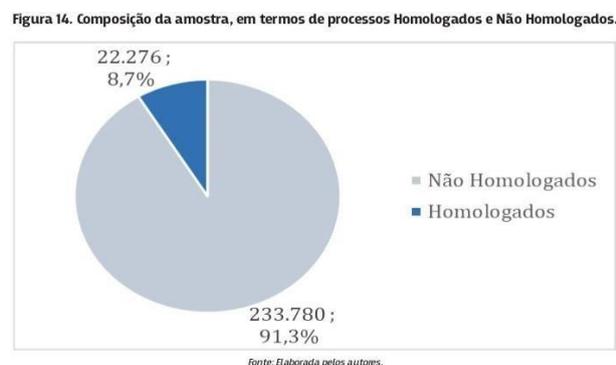
Pellegrini (2015), afirma que, os métodos alternativos de resolução de conflitos, são mais céleres que a jurisdição, visto que, é um meio mais informal, assim, não segue um rito tão formalístico como o processo, gerando um delinear mais célere e menos burocrático. Somado a isso, os gastos são menores, havendo também a gratuidade destes meios ou o acesso de forma mais barata. As decisões destes métodos, são mais pautadas nas necessidades de ambos os

lados, convergindo em um benefício mútuo. Ademais, a autora em comento, esclarece que os principais métodos alternativos são: a conciliação, arbitragem e mediação.

Neste desiderato, estes métodos possuem como objetivo desburocratizar a justiça brasileira, diminuindo o número das demandas, reduzindo custos e permitindo uma solução que visa beneficiar o diálogo e a satisfação de ambas as partes. Contudo, apesar dos benefícios que estes métodos podem trazer, a seguir será mostrado alguns dados do CNJ sobre estes métodos e sua efetividade.

A pesquisa abaixo foi feita pelo CNJ entre janeiro de 2013 e dezembro de 2017, em 17 cidades, nos estados de Rio de Janeiro, São Paulo e Piauí, mostra que, apenas 8,7% dos processos que passaram por mediação ou conciliação, foram homologados pelo juiz. Todavia, 91,3% dos processos apesar de terem passado por algum método alternativo de resolução de conflitos, foram finalizados por uma sentença, indicando assim, que a autocomposição não foi efetiva, necessitando assim as partes, de uma decisão jurisdicional do Estado-Juiz, contudo, nesta pesquisa estão incluídos diversos temas litigiosos, não se restringindo ao tema direito do consumidor.

Gráfico 1: Composição de termos de processos homologados e não homologados



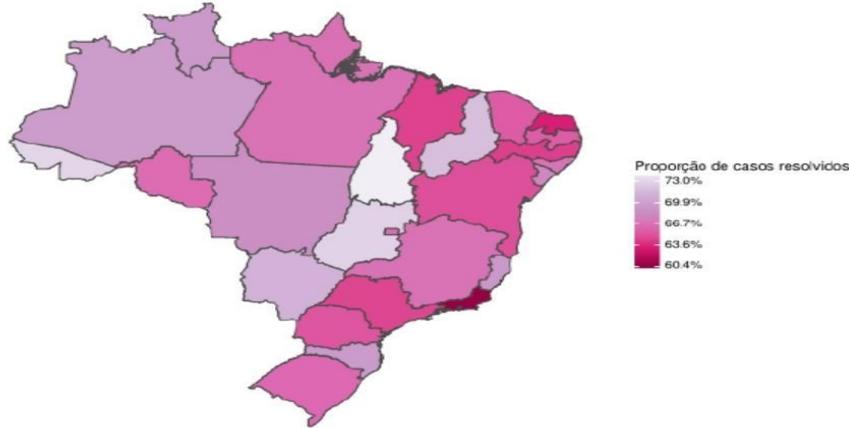
Relatório analítico propositivo Justiça Pesquisada: mediação e conciliação avaliadas empiricamente, jurimetria para proposição de ações eficientes (2019).

A figura logo abaixo apresenta dados colhidos a partir de 2013, mostrando a eficácia do site criado pela Secretária Nacional de Atendimento ao Consumidor (SENACON), desde 2013, como uma plataforma que permite a resolução de conflitos extrajudicialmente entre consumidor e fornecedor.

Figura 1: Proporção de casos resolvidos

Figura 36 – Proporção de casos resolvidos, dentre os avaliados pelo usuários, separados por unidade da federação.

Proporção de casos resolvidos



Fonte: SENACON.

Fonte: Relatório analítico propositivo Justiça Pesquisa políticas públicas do Poder Judiciário: os maiores litigantes em ações consumeristas mapeamento e proposições, (2017)

Segundo esta figura provindo da pesquisa do CNJ (2017), a proporção média de resolução de reclamações pelo site é de 65,3%, nesse sentido, há um grande avanço na autocomposição amigável dos conflitos, já que, é um meio mais célere, já que, não é necessário ao consumidor se deslocar de seu domicílio, enfrentar filas, basta acessar o site, além disso, os consumidores através do site, podem ter o contato direto com as empresas, com o fim de resolver o conflito, sem necessitar da busca das vias judiciais e legais.

Insta salientar que, através do site consumidor.gov.br do Senacon, foi possível ao poder público delinear o ranking das empresas mais demandas no site, sendo que, as empresas mais demandas são de telecomunicações e instituições bancárias, conforme CNJ (2017). Deste modo, possuindo este raking, é mais fácil ao poder público criar políticas públicas e fomentar a resolução pacífica de conflitos, fomentar um plano de melhoria na prestação de serviço e na desburocratização ao atendimento do cliente.

Contudo, apesar destes benefícios, as causas consumeristas continuam estando entre as mais litigadas no âmbito judicial, deste modo, não basta a existência de um site ou simplesmente a adoção pura e simples de métodos alternativos, mas sim, uma maior informação e educação pelo Estado ao consumidor, democratizando ainda mais os meios extrajudiciais online por meio da publicidade e da educação. Isso pode ser realizando dentre outras iniciativas, através do método já citado de levantamento anual das empresas mais demandadas, fiscalizando sua

atuação, contratando pessoas com qualificação para atuarem na mediação e conciliação, permitindo um atendimento mais célere e menos burocrático nos órgãos públicos de defesa ao consumidor.

Uma pesquisa realizada por Ribeiro, Paulo e Moreira (2016), com dados do Procon do Estado de Minas Gerais do ano de 2016, órgão administrativo do Estado, mostrou que, “mais da metade das demandas (54,51%) é resolvida por simples atendimento preliminar, sendo que, num total de 552.279 atendimentos, apenas 119 (0,02%) dos casos resultam no ajuizamento de ações cíveis nos juizados especiais.”. Desta forma, o uso dos métodos alternativos de resolução de conflitos, quando bem utilizados e fomentados pelo Estado, possuem a força de evitar o excesso de demandas no Poder Judiciário.

Já Rodrigues e Goretti (2009), trazem dados a respeito do Procon do Estado do Paraná, nos anos de 2005 e 2006 “PROCON/PR realizou 13.951 audiências de conciliação para solução de conflitos individuais de consumo. Boa parte dessas audiências (39%) foi concluída com acordos ou abaixo com data para resolução (...)”. Posto isso, os meios alternativos devem ser fomentados e cada vez mais melhorados, vislumbrando em realce a questão educacional destas práticas, com o fim de evitar litígios e promover uma cultura de diálogo e harmonia, não colocando o peso nestes métodos como únicos promovedores de redução de causas consumeristas, assim afirma Gaglietti e Formagini (2016, p. 262 – 264):

Destaca-se, ainda, que a mediação, a conciliação e a arbitragem não irão – por si só – resolver a chamada “crise do Judiciário”. O foco tão somente na mediação judicial não vai resolver o problema das mais de 110 milhões de ações judiciais no Brasil. Ao contrário, a magistratura ao encaminhar os casos para os CEJUSCs e CEJUSCONs, na Justiça Estadual e Federal, respectivamente, não irá encontrar – em um primeiro momento – a estrutura humana e profissional necessária para responder aos litígios, na medida em que haveria a necessidade de concursos públicos, salários compatíveis com a natureza do trabalho e uma excelente capacitação e formação dos conciliadores e mediadores.

Deste modo, os métodos alternativos colaboram para a redução das demandas judiciais, estabelecem uma cultura de paz e de diálogo, trazendo uma maior celeridade e menos formalidades em relação a um processo judicial, contudo, apesar dos diversos benefícios, estes métodos, não são os únicos influenciadores para a redução de demandas, não são por si só a salvação, outros elementos devem ser analisados, como a implementação da sustentabilidade e o consumo consciente.

2.6 SUSTENTABILIDADE E CONSUMO SUSTENTÁVEL

Com o consumo cada vez mais crescente, surge outra questão emblemática, o meio ambiente, com o aumento da população e a elevação da procura por novos bens de consumo, bem como a elevada produção, o meio ambiente sofre consequências diretas e colaterais do consumismo, tendo em vista que, os recursos ambientais são finitos, segundo Vargas (2015), é questionável manter um estilo de vida baseado no crescimento infinito, já que os recursos da natureza são finitos, deste modo, se faz necessário a reunião da economia com a preocupação ambiental, já que, somente um ambiente plenamente saudável, pode gerar uma vida de maior qualidade ao ser humano.

Nesse delinear, corolário à proteção ambiental, surge a ideia de sustentabilidade, que segundo Freitas (2015), é caracterizado por ser um princípio constitucional, que impõe a todos o respeito e a preservação do meio ambiente, bem como, o respeito à todas as dimensões pelas quais é possível garantir uma vida digna ao ser humano. Por consequência, o crescimento econômico deve respeitar o equilíbrio ambiental, já que, o bem-estar social não pode ser descrito somente com a expansão da riqueza material, mas, possui forte ligação ao ambiente saudável. Nesse sentido, segundo Vargas (2015), o conceito de sustentabilidade se consubstancia em “(...) utilizar os recursos que a natureza oferece, da maneira mais eficiente e eficaz possível, de forma econômica, buscando o menor impacto ao equilíbrio entre o meio ambiente e o modo de vida humano”.

Em virtude disso, o ato de consumir, deve ser pensado no prisma da sustentabilidade, segundo Freitas (2015), a sustentabilidade é pluridimensional, assim, ele classifica em aspectos sociais, econômicos, ético, ambiental e jurídico-político. No primeiro aspecto, ele acentua a equidade entre as gerações, a educação e o desenvolvimento humano. Já na questão econômica, o autor traz a economicidade como um elemento de evitar o desperdício, tão frequente na sociedade de consumidores, Baudrillard (2010), afirma que a abundância nesta sociedade está ligada ao desperdício, já que, todos os bens de consumo são descartáveis.

No aspecto ético, Freitas (2015), enfatiza uma relação que ultrapassa o antropocentrismo, pautada na preocupação com os outros seres humanos, com a preservação do meio ambiente e com o bem-estar duradouro de todos, caráter um pouco divergente da sociedade atual, pautada no individualismo, como afirma Bauman (2008).

Na questão ambiental, Bauman (2008) enfatiza a qualidade de vida e a dignidade da pessoa humana, através do cuidado com a natureza, confrontando o hiperconsumismo. Na última dimensão, jurídico-política, é trazido à baila a sustentabilidade como um princípio

constitucional vinculante e que determina a sua eficácia intertemporal, desta forma, o Estado e a sociedade devem proteger e promover a sustentabilidade, já que, sua violação constitui um ato ilícito.

O consumo está extremamente ligado à sustentabilidade, em todas as suas dimensões, pois atinge a sociedade como um todo, atuando na questão ética, vez que influencia na cultura, na “coisificação” das relações sociais e no maior pensamento individualista, como afirma Bauman (2008), atua também, nas questões jurídico-políticas, com as demandas consumeristas como uma das maiores causas demandadas na Justiça Estadual Brasileira.

Na questão econômica, o consumismo tem um grande impacto, pois promove o capitalismo, a rotatividade da moeda, maior geração de empregos e entre outros. Por último, no elemento ambiental, o consumo desenfreado pode gerar o desperdício, a maior poluição e degradação do meio ambiente, a utilização desenfreada de recursos ambientais, aumento do aquecimento global, entre outros.

Um dos aspectos do consumismo que impacta o meio ambiente é a obsolescência programada, segundo Filomeno, (2018), a durabilidade era algo muito valorizado no início das invenções, porém, após a crise econômica nos Estados Unidos em 1932, surge a ideia da obsolescência, os produtos deveriam ser produzidos intencionalmente para durarem pouco, com o fim de que, as pessoas consumissem mais. Por consequência disso, há diversos impactos ambientais, seja pela finitude dos recursos ambientais e a consequente insaciabilidade dos desejos humanos, como pela poluição gerada pelo excesso de resíduos provenientes dos bens de consumo.

Neste contexto, surge a ideia de consumo sustentável, que segundo, segundo Hansen e Schrades (1997) apud Gonçalves-Dias e Teodósio (2012), é um consumo preocupado com o respeito e preservação do meio ambiente, buscando atender as necessidades das gerações presentes, sem prejudicar as necessidades das futuras. Contrariando o consumismo, que Bauman (2008) afirma ser um ato individual, que impulsiona o individualismo e a transformação do ser humano em mercadoria, o consumo consciente é aquele em que o consumidor se preocupa com todos os efeitos negativos que o seu consumo possa gerar.

Segundo Vargas (2015), o consumo atualmente é automático, irrefletido, já que, o mercado cria necessidades utópicas, que jamais serão atingidas pelo mero consumo, assim com mais necessidades, maior é a possibilidade de o consumo aumentar e se tornar consumismo. O consumo sustentável ou consciente, é aquele que é racionalizado, em que o comprador pensa

nos impactos que o ato de consumir determinado produto pode gerar para ele e para a sociedade como um todo, assim Vargas (2015, p. 4) afirma:

Segundo o Instituto Akatu, ONG dedicada a mobilização de uma sociedade de Consumo Consciente, o consumo ocorre, geralmente, de modo automático e impulsivo. Também mostram que o consumidor que não analisa as etapas envolvidas na compra de um bem ou aquisição de um serviço, no consumo em si, não tem consciência do poder de mudança social, ambiental, econômica, que tem nas mãos.

Uma pesquisa do Instituto Akatu em 2018, através de entrevistas de pessoas de todas as classes sociais, em 12 regiões metropolitanas do Brasil, sobre o consumo consciente, foi constatada que 76% das pessoas não praticam um consumo consciente, além disso, 61% das pessoas entrevistadas não sabiam definir o que é um produto sustentável.

Deste modo, com um consumo mais consciente e preocupado com a sociedade como um todo, humanizam-se mais as relações sociais, promove-se uma maior conexão do ser humano com as questões ambientais, reduz-se o consumo desregrado, melhora-se a qualidade dos produtos, gerando assim, um menor impacto no meio ambiente e permitindo uma maior justiça social e um ambiente mais adequado para a dignidade da pessoa humana.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de tudo o que foi exposto, foi possível notar que, o consumo de acordo com o passar do tempo, se tornou algo central na vida das pessoas, tomando proporções de estilo de vida, tornando-se consumismo, ou seja, em um consumo cada vez mais célere e frequente no cotidiano das pessoas. Através dos dados apresentados no referencial teórico, foi possível notar que, somente os métodos alternativos de resolução de conflitos, não são as únicas alternativas para diminuir as causas consumeristas, já que, elas já estão presentes atualmente no contexto jurídico brasileiro, contudo, apesar da possibilidade da mediação e conciliação, há ainda um elevado número de demandas envolvendo o direito do consumidor.

Nesse sentido, os métodos alternativos são auxiliares para uma possível redução das demandas, contudo, devem ser levados em conta também, políticas públicas, a educação da sociedade para uma cultura de paz, a promoção da desburocratização do acesso aos meios alternativos, a promoção da sustentabilidade e a informatização pública a respeito da sustentabilidade.

Deste modo, a promoção de informações e meios de adequar o consumo da população a um consumo mais consciente se faz necessário, já que com um consumo mais consciente e preocupado com a sociedade como um todo, humanizam-se mais as relações sociais, promove-se uma maior conexão do ser humano com as questões ambientais, reduz-se o consumo

desregrado, melhora-se a qualidade dos produtos, gerando menor impacto no meio ambiente e gerando-se assim, justiça social e um ambiente mais adequado para a dignidade da pessoa humana.

Quanto às políticas governamentais, o Estado poderia através da mídia e das redes sociais oferecer maiores informações sobre a sustentabilidade, bem como sobre os métodos alternativos de resolução de conflitos, criando novas plataformas online de mediação e conciliação, facilitando o acesso e a praticidade da resolução da lide, buscando desburocratizar o acesso e os procedimentos nos Procon's, assim como, incluir na educação básica, o ensino sobre os métodos alternativos de resolução de conflitos, com o objetivo de promover a educação da cultura de paz.

O Estado poderá trazer maiores vantagens para aquelas empresas que cumprem seu papel social e ambiental, através dos rankings das empresas mais demandas, o poder público poderia trazendo recomendações e uma maior fiscalização e auxílio para que estas empresas possam melhorar o seu serviço e resolver de modo amigável os litígios.

Além disso, o Poder Público poderá aperfeiçoar e aumentar a fiscalização nas empresas, trazendo sanções para aquelas que poluem o meio ambiente, tornando o decreto 7.746/12, (que dispõem sobre critérios e práticas sustentáveis), plenamente efetivo em todos os âmbitos da federação brasileira. Ademais, o Poder Público deve fomentar uma melhor educação nas questões ambientais, cultivando a interdisciplinaridade e a importância do cuidado com a natureza.

REFERÊNCIAS

ADA PELLEGRINI GRINOVER, A. C. (2015). *Teoria geral do processo*. São Paulo: Malheiros.

AKATU. (2018). *Paronama do consumo consciente no Brasil: desafios, barreiras e motivações*. AKATU. Acesso em 29 de novembro de 2020, disponível em: <http://www.akatu.org.br/arquivos/Pesquisa_akatu_apresentacao.pdf> Acesso em: 28 de nov. de 2020

ALEX SILVA GONÇALVES, J. P. (2015). **Impactos do consumismo: ação estatal e participação comunitária**. XI seminário nacional demandas sociais MAKOWIECKY e políticas públicas na sociedade contemporânea, pp. 1-15. Acesso em 28 de Nov. de 2020, disponível em: <<https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/snpp/article/view/14305>>

AMADEU ELVES MIGUEL, L. L. (2013). **O direito do consumidor como instrumento de cidadania em uma sociedade contemporânea altamente consumista**. *Diálogos*

internacionais, 129-144.

BARBOSA, L. (2004). *sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

BARROSO, L. R. (Junho de 2012). **Judicialização, Ativismo Judicial e Legitimidade Democrática**. *(Syn)Thesis*, pp. 23-32. Acesso em 28 de novembro de 2020, disponível em: <<https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/synthesis/article/view/7433>>

BAUDRILLARD, J. (1995). *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.

BAUMAN, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

BAUMAN, Z. (2008). *Vida para Consumo*. Rio de Janeiro, RJ: Zahar.

BERMAN, J. G. (2009). **Ativismo judicial, judicialização da política e democracia**. *Cadernos da Escola de Direito e Relações Internacionais*, pp. 137-156. Acesso em 28 de novembro de 2020, disponível em: <<https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/cadernosdireito/article/view/2633/2206>> Acesso em: 28 de nov. de 2020

BRASIL. *Constituição da República Federativa do Brasil de 1988*. Planalto.gov.br, Brasília, 5 de outubro de 1988. Acesso em 29 de novembro de 2020, disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm> Acesso em: 28 de nov. de 2020

BRASIL. *LEI Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*. Planalto.gov.br, Brasília, 11 de setembro de 1990; 169º da Independência e 102º da República. Acesso em 29 de novembro de 2020, disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm#:~:text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20prote%C3%A7%C3%A3o%20do%20consumidor%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%Aancias.&text=Art.&text=Equipara%2Dse%20a%20consumidor%20a,interando%20nas%20rela%C3%A7> Acesso em: 28 de nov. de 2020

CNJ, Conselho Nacional de Justiça. (2018). *Justiça em Números 2018: ano-base 2017*. Brasília.

CNJ, Conselho Nacional de Justiça. (2019). *Justiça em Números 2019: ano-base 2018*. Brasília.

CNJ, Conselho Nacional de Justiça. (2020). *Justiça em Números 2020: ano-base 2019*. Brasília.

CNJ, Conselho Nacional de Justiça. (2017). *Os maiores litigantes em ações consumeristas: mapeamento e proposições*. Brasília: Justiça pesquisa.

CNJ, Conselho Nacional de Justiça. (2019). *Mediação e conciliação avaliadas empiricamente*. Brasília: Justiça pesquisa.

DENNIS VERBICARO, C. G. (2018). **A compulsão de consumo transformada em vício: um diálogo necessário entre Bauman e Lipovestky**. *Direito UFMS*, 281-297.

DUBENA, P. S. (2014). **Consumo antiético: das corretas abordagens pelo poder judiciário.** *Argumentum* , 249-268.

FILOMENO, J. G. (2018). *Direitos do consumidor*. São Paulo: Atlas.

TARTUCE, D. A. (2018). *Manual de direito do consumidor: direito material e processual*. Rio de Janeiro: Forense; São Paulo: MÉTODO.

FRAGOSO, T. d. (2011). **Modernidade líquida e liberdade consumidora: o pensamento crítico de.** *Perspectivas Sociais* , 109-124.

FREITAS, J. d. (2015). *Sustentabilidade direito ao futuro*. Belo Horizonte: Fórum.

IGOR RODRIGUES BRITO, R. G. (2009). **O papel do PROCON na defesa qualificada dos interesses dos consumidores: o acesso à justiça e os métodos alternativos de resolução de conflitos de consumo.** *Revista Eletrônica de Direito Processual - REDP* , 281-306.

LIPOVETSKY, G. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.

MACROPLAN. (2010). *Mudanças no Perfil do Consumo no Brasil: Principais Tendências nos Próximos 20 Anos*. Macroplan - Prospectiva, Estratégia e Gestão. Acesso em 29 de novembro de 2020, disponível em:

<https://www.researchgate.net/profile/Marco_Ferreira5/publication/273166492_Consumo_por_idosos_nos_arranjos_familiares_unipessoal_e_residindo_com_o_conjuge_uma_analise_por_regioes_do_pais_a_partir_de_dados_da_POF_20082009/links/57e433ac08ae06097a0bf6d2/Com> Acesso em: 28 de nov. de 2020.

MAKOWIECKY, Bruno Salles. (2016). **Acesso à justiça na era da judicialização.** *Revista do Cejur/Tjsc: prestação jurisdicional*, v. IV, n.01, p. 277-305.

MARCÉLLY RIBEIRO MAGALHÃES, J. P. (2016). **Procedimento das demandas consumeristas no sistema nacional de defesa do consumidor: análise processual e das reclamações junto ao PROCON.** *Revista Científica FAGOC* , 70-79.

MAURO GAGLIETTI, N. F. (2016). **Os conflitos nas relações de consumo como oportunidades educadoras por meio da mediação.** *O hiperconsumismo e a democracia*, 247-271.

MOURA, R. A. (2018). **Consumo ou consumismo: uma necessidade humana?** *Fac. Direito São Bernardo do Campo*.

NUNES, R. (2018). *Curso de direito do consumidor*. São Paulo: Saraiva.

RAMOS, F. S. (2006). **A cultura política dos jovens na contemporaneidade: entre a passividade do consumismo e a rebeldia em busca de uma nova utopia.** *Repositório UFBA*, pp. 123-134. Acesso em 28 de novembro de 2020, disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/1649>> Acesso em: 28 de nov. de 2020.

RENATA ANGELIS JAMARDO FIORENTIN, T. L. (28 e 29 de junho de 2018). **Análise da teoria de Zygmunt Bauman: do consumismo ao superendividamento.** *Seminário*

internacional em direitos humanos e sociedade, pp. 1-16. Acesso em 28 de novembro de 2020, disponível em: <<http://periodicos.unesc.net/AnaisDirH/article/view/4623/4222>> Acesso em: 28 de nov. de 2020.

SALLES; LORENCINI; SILVA (2020). *Negociação, mediação, conciliação e arbitragem: curso de métodos adequados de solução de controvérsias*. Rio de Janeiro: Forense.

SLATER, D. (2002). *Cultura do consumo & modernidade*. São Paulo: Nobel.

STJ. REsp 1.195.642-RJ, **Rel. Min. Nancy Andrighi**, julgado em 13/11/2012. Disponível em:<<https://www.stj.jus.br/publicacaoinstitutional/index.php/informjurisdata/article/view/4016/4239>> Acesso em: 28 de nov. de 2020.

SYLMARA FRANCELINO LOPES GONÇALVES-DIAS, A. D. (2012). **Controvérsias em torno do consumo e da sustentabilidade**: uma análise exploratória da literatura. *AOS, Brazil*, 61-77.

TORRES, H. D., Bichir, R. M., & T. P. (2006). **Uma pobreza diferente? Mudanças no padrão de consumo da população de baixa renda**. *Novos estud. - CEBRAP*, 17-22.

VARGAS, C. B. (2015). **Sustentabilidade e Consumo Consciente**: A Percepção da Evolução do Modo de Consumir e como isso Pode Afetar a Gestão nos Próximos Anos. *XV mostra de iniciação científica, pós-graduação, pesquisa e extensão*, pp. 1-16. Acesso em 29 de novembro de 2020, disponível em: <<http://www.uces.br/etc/conferencias/index.php/mostraucsppga/xvmostrappga/paper/viewFile/4187/1371>> Acesso em: 28 de nov. de 2020.

VASCONCELOS, C. E. (2008). *Mediação de conflitos e práticas restaurativas*. São Paulo: Método.

VITOR, EUDES B.; MILANI, DANIELLE C. (2018) **A influência da sociedade hipermoderna e a duração razoável do processo**: morosidade, um problema de estruturação. *Revista do Direito*. Santa Cruz do Sul, v.2, n. 55, p. 136-149.