



DILEMAS SOCIAIS E JURÍDICOS DA CIDADANIA DO CONSUMO: ENTRE O MERCADO E O DIREITO

SOCIAL AND LEGAL DILEMMAS OF CONSUMER CITIZENSHIP: BETWEEN THE MARKET AND THE LAW

Hector Luiz Martins Figueira¹

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7462-1251>

Submissão: 17/02/2020

Aprovação: 07/03/2020

Ark:/80372/2596/v6/010

RESUMO:

Este artigo tem por objetivo demonstrar o processo de surgimento e amadurecimento de uma nova faceta na compreensão do amplo conceito de cidadania. Uma categoria nativa de sistemas capitalistas que se denomina “cidadania do consumo”. Sem muita dificuldade, para identificá-la nas sociedades complexas e de mercado, este trabalho busca questionar o surgimento do seu conceito atrelado às práticas comerciais dentro do mercado a performance jurídica do Estado ao administrar conflitos desta natureza. Pretende-se ainda, nesta reflexão, desvelar os dilemas inerentes à cidadania do consumo, bem como expor suas ambiguidades e contradições. Para isso, foi fundamental, explorar as facetas econômicas do mercado de consumo e a atuação dos consumidores perante a legislação pátria. Não olvidando os conceitos de sociologia e antropologia do Direito, intrínsecos ao debate.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania. Consumo. Mercado. Capitalismo.

ABSTRACT:

This article aims to demonstrate the process of emergence and maturation of a new facet in understanding the broad concept of citizenship. A native category of capitalist systems that is called “consumer citizenship”. Without much difficulty, in order to identify it in complex and market societies, this paper seeks to question the emergence of its concept linked to commercial practices within the market, the legal performance of the State when managing

¹ Doutorando em Direito, UVA/RJ; Mestre em Direito. Advogado e professor da Universidade Estácio de Sá – RJ. E-mail: hectorlmf@hotmail.com

conflicts of this nature. It is also intended, in this reflection, to unveil the dilemmas inherent to consumer citizenship, as well as exposing its ambiguities and contradictions. For this, it was fundamental to explore the economic aspects of the consumer market and the performance of consumers in the face of national legislation. Not forgetting the concepts of sociology and anthropology of law, intrinsic to the debate.

KEYWORDS: Citizenship. Consumption. Marketplace. Capitalism.

1. INTRODUÇÃO

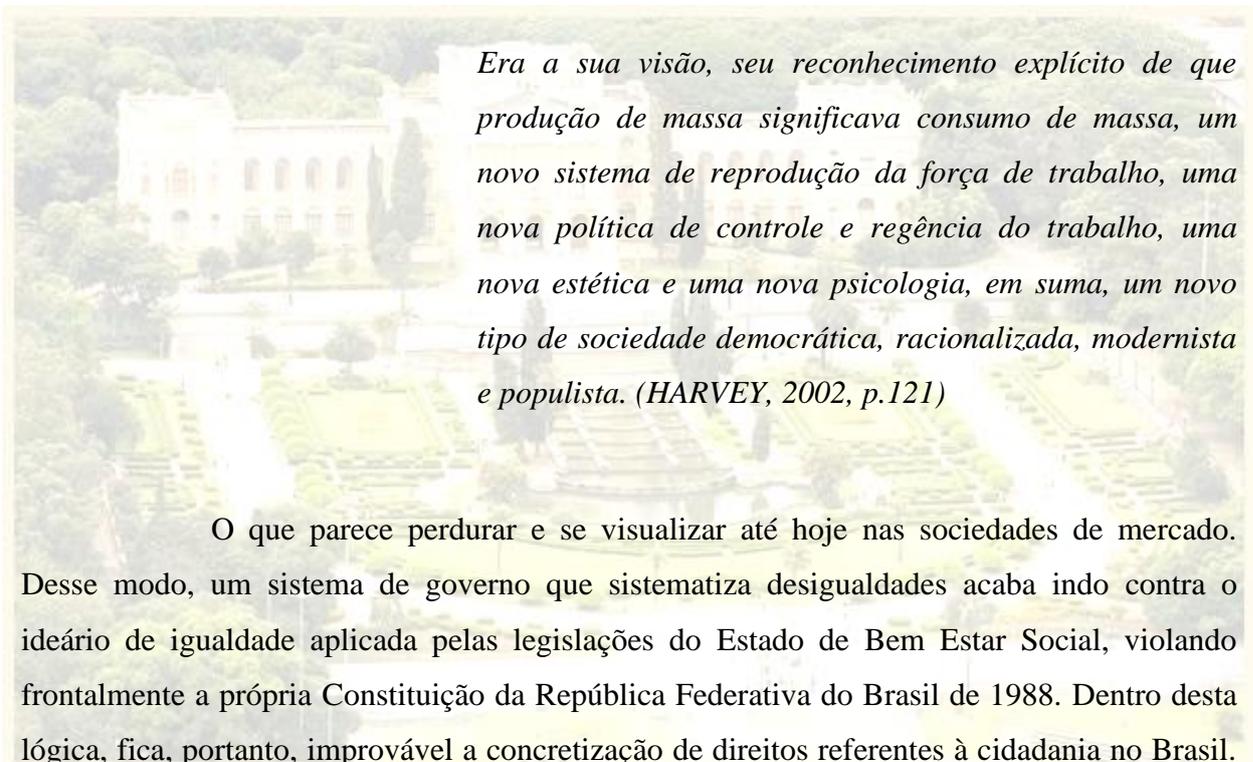
Quando o campo do Direito e até mesmo a sociedade civil invoca o conceito de cidadania, automaticamente, somos impulsionados a pensar em direitos políticos e no gozo deles. O direito, por vezes com suas premissas dogmáticas generalistas e abstratas, nos conduz a reducionismos ou generalizações de conceitos complexos. Neste caso, existe uma redução no conceito de cidadania – fazendo um recorte alusivo para direitos políticos. A frente dessa compreensão reducionista, podemos dizer que a cidadania é um emaranhado de direitos fundamentais – civis, individuais, e coletivos que devem ser concretizadas no bojo de sociedades civilizadas. Pensar em direitos civis na contemporaneidade é pensar em direitos dos cidadãos e para os cidadãos.

Com um olhar mais refinado sobre o conceito de cidadania apresentado pelo inglês Marshall (1967) em sua obra *Cidadania, classe social e status*, verifica-se que na democracia à brasileira existe um descompasso na entrega e na universalização dos direitos de cidadania se comparado ao modelo inglês apresentado pelo autor. Marshall ao estudar a cidadania, realça que sua plenitude só ocorre se vierem acompanhadas dos direitos civis, políticos e sociais, uma vez que “a cidadania é um status concedido àqueles que são membros integrais de uma comunidade”. (MARSHALL, 1967. p. 76).

Acrescentamos que para além de membros de uma comunidade, este status deve ser ampliado, modernamente, para a lógica do consumo. Ou seja, membros integrais de um grupo que estejam com acesso aos seus direitos, principalmente o direito de consumir. Enaltecendo a capacidade individualista de cada um na busca de se reafirmar socialmente enquanto cidadão-consumidor. Um binômio que vai caminhar junto e aparecer de forma recorrente em diversos segmentos da sociedade capitalista. Neste momento já se visualiza também os conceitos de dominação pensados por Karl Marx (1867) promovidos pela dominação do capital e pelo jogo da sedução consumerista provocado pelo capitalismo. Os

cidadãos são reféns de uma sociedade esvaziada de valores éticos, que introduzem no cotidiano, necessidades inventadas, produzidas pelo intuito de lucro desenfreado.

Retomando a ideia de Marshall, em sua obra fica explícito o paradoxo da efetivação dos direitos de cidadania (igualdade) e o desenvolvimento do capitalismo (desigualdade). A reflexão consiste em compreender a disputa existente entre o sistema capitalista e os direitos de cidadania na Inglaterra do XVIII e XIX. Essa realidade implantada pela Revolução Industrial transforma o homem, não apenas num ser produtivo de massa, mas em um potencial consumidor dos bens que essa sociedade passa a produzir, criando um verdadeiro ciclo produtivo. Para David Harvey a grande contribuição de Henry Ford para a formação desta sociedade de consumo:



Era a sua visão, seu reconhecimento explícito de que produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e regência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista. (HARVEY, 2002, p.121)

O que parece perdurar e se visualizar até hoje nas sociedades de mercado. Desse modo, um sistema de governo que sistematiza desigualdades acaba indo contra o ideário de igualdade aplicada pelas legislações do Estado de Bem Estar Social, violando frontalmente a própria Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Dentro desta lógica, fica, portanto, improvável a concretização de direitos referentes à cidadania no Brasil. Neste contexto, entramos com a perspectiva do surgimento de uma “cidadania do consumo”, sem antes mesmos termos alicerces de uma cidadania mínima de aspecto social. A falsa conquista da cidadania pelo consumo é também uma forma de alienação. Em entrevista à BBC News Brasil, o ex-presidente do Uruguai José Mujica reforça uma admissão de culpa sobre o que considera ter sido uma falha dos governos de esquerda na América Latina. "Conseguimos, até certo ponto, ajudar essa gente (pobres) a se tornar bons consumidores. Mas não conseguimos transformá-los em cidadãos", disse ele em Los Angeles, nos Estados Unidos. (BBC, 2018. s/p)

É necessário compreender que valores democráticos como liberdade, igualdade e fraternidade, por aqui, não são disponibilizados para todos os cidadãos de forma integral e equivalente, de modo que o próprio poder judiciário ao entregar e tutelar a cidadania condiciona-a a classe social dos indivíduos. Assim, as sociedades de mercado se desenvolveram dentro de um sistema econômico promotor de desigualdades dando guarida ao nascimento do termo “cidadania do consumo”, cabendo ao judiciário em momento posterior igualar as pessoas que foram desigualladas pelo mercado. Ao definirmos seu conceito como a capacidade das pessoas de estarem inseridas num mercado de consumo com poder de compra e aquisição de bens é também (re) definirmos o conceito clássico de cidadania. Que para este trabalho se caracteriza por meio dos indivíduos a partir do seu poder de consumo – o cidadão é medido por sua capacidade de compra. Quanto maior o seu poder de adquirir toda sorte de produtos, “mais cidadão” ele é e será.

O recorte deste artigo consiste na apresentação desta categoria, inerente às sociedades capitalistas. Atualmente, no ocidente, a economia de mercado, impulsionada por sistemas econômicos mais dinâmicos de consumo, avança no sentido de criar uma nova ordem estatal, onde o Estado é regulado pela economia e não ao contrário como no pós-liberalismo. Em sociedades ditas pós-modernas ou também chamadas de “*fast-society*”, nada é tão valorizado quanto o tempo e o nível de consumo das pessoas. Consumir é um ato imprescindível para estar inserido em determinados grupos sociais – o que reforça o surgimento dessa categoria nativa presente nas sociedades de consumo. Logo, a cidadania, nestes locais, está diretamente ligada à *quantidade* consumida, *o que* se consome e *como* se consome. Formando uma tríade de referência para olhar o aspecto de formação deste conceito.

O filósofo francês Gilles Lipovetsky (2009, p. 184) caracteriza empiricamente a sociedade de consumo por diferentes traços, são alguns: elevação do nível de vida, abundância das mercadorias e dos serviços, culto dos objetos e dos lazeres, moral hedonista e materialista etc. Deste modo, para que tudo isso possa estar disponível é preciso existir um mercado abundante e dinâmico – que será o grande divisor e unificador das classes sociais, ou seja, da mesma forma que as pessoas de diferentes classes desejariam possuir os mesmos produtos existentes no mercado (visto que, teoricamente, eles são oferecidos a todos), ele as afasta mais ainda porque apenas algumas classes podem obtê-los. Este pensamento se coaduna com os ensinamentos do sociólogo francês Robert Castel, que retrata a exclusão social como: “A presença, aparentemente cada vez insistente, de indivíduos colocados em

situação de flutuação na estrutura social e que povoam seus interstícios sem encontrar aí um lugar designado.” (CASTEL, 1998, p. 23)

Tendo em vista todas estas questões apresentadas, este artigo, buscará apresentar as seguintes discussões: inicialmente, far-se-á reflexões acerca das configurações que o termo cidadania recebeu ao longo da história nacional e internacional. Como os conceitos pensados por Roberto Damatta - com a sua *cidadania relacional*, José Murilo de Carvalho (2001) - e suas interpretações sobre a *cidadania em negativo*, Wanderlei Guilherme dos Santos (1979) - com a concepção de *Estadania/cidadania regulada* presente em nossa sociedade. Na segunda parte nos dedicaremos a mostrar como a cidadania do consumo é uma realidade já visualidade nas sociedades contemporâneas e em países capitalistas como o Brasil. Por fim, na última parte traremos a discussão da aplicação deste termo no contexto fático-jurídico.

A metodologia utilizada do trabalho é de revisão de literatura, momento em que faremos todo o percurso e a análise pelos livros clássicos da teoria sociológica e antropológica para estruturação do nosso artigo.

2. CIDADANIA À BRASILEIRA: DIVERSAS ACEPÇÕES

A cidadania no Brasil quando estudada nas universidades de direito, e compreendida por doutrinadores sempre esteve relacionada, em sua maioria com conceitos e aspectos de direitos políticos, o que certa feita, reduz a magnitude do campo de atuação desta palavra e de seus significados. Para exemplificar, José Afonso da Silva (2017, p. 350-351) no seu Curso de Direito Constitucional Positivo, salienta que “Os direitos de cidadania se adquirem mediante *alistamento eleitoral* na forma da lei”. Percebe-se o campo do Direito tratando o tema da cidadania com viés político em toda sua ótica, segue o autor: “*Pode-se dizer, então que a cidadania se adquire com a obtenção da qualidade de eleitor (...) o eleitor é cidadão, titular da cidadania, embora nem sempre possa exercer todos os direitos políticos*”. Nesta lógica, depreende-se que para ser cidadão em nosso país é necessário ser eleitor, caso isso não coincida, o indivíduo está carente de sua cidadania. Discordamos deste reducionismo imposto ao conceito de cidadania pelo campo do Direito, e a visualizamos da seguinte forma, na compreensão de Regina Lúcia (2007), em “*Um estudo acerca dos direitos de cidadania no Brasil em perspectiva comparada*”:



Assim, a cidadania pode ser conceituada como um mínimo jurídico, composto de direitos e deveres, comum a todos os que estão vinculados politicamente a determinado Estado. Em outras palavras, cidadania é um conjunto de direitos e deveres atribuído a todos os que estão ligados a um determinado Estado por um critério de vinculação política, em razão deste mesmo vínculo que é a nacionalidade (MENDES, 2007, p.64).

Assim, pode-se aduzir que o instituto jurídico da cidadania habitante deste Estado Democrático de Direito se perfaz como um complexo conjunto de direitos e deveres atribuídos a todos os cidadãos pertencentes a uma sociedade entregue a todos de maneira universal e uniforme, segundo a ideia de cidadania desde o seu aparecimento na história contemporânea, a partir do século XVIII. Este exercício se atrela diretamente com a prática dos direitos civis (liberdades individuais), direitos políticos, e direitos sociais na concepção de Marshall (1967). Como no Brasil houve uma instauração tardia dos direitos de cidadania, acabamos sempre por viver uma crise permanente de percepção deste instituto e a não gozo pleno dele. Na percepção do autor, percebemos que o mercado é promotor direto das desigualdades entre os cidadãos, por isso seria fundamental atenção aos direitos de cidadania, de modo que eles pudessem ser salvaguardados e compensadores da desigualdade econômica gerada pelo mercado. Mas este assunto será explorado no segundo tópico deste artigo.

Outra discussão relevante acerca deste tema é a compreensão de algumas nomenclaturas criadas por autores brasileiros a respeito do tema cidadania para sua compreensão em terras tupiniquins. José Murilo de Carvalho (2001) ao escrever *Cidadania no Brasil: o longo do caminho* propõe através da teoria de Marshall que os direitos sociais foram os primeiros a aparecer por aqui, sendo entregues pelo Estado, depois vieram os direitos políticos e por fim, os direitos civis, o autor observa que a pirâmide dos direitos de cidadania foi colocada de cabeça para baixo no Brasil se comparado ao modelo inglês. Ainda em sua reflexão, há nítida percepção de que tivemos a construção de uma “*cidadania em negativo*” gestada por um modelo de doação de direitos sociais (diferente dos modelos onde houve conquista, como no caso inglês descrito por Marshall) promovido pelo estado brasileiro, assim, a população passou a perceber estes direitos como favores, colocando os cidadãos

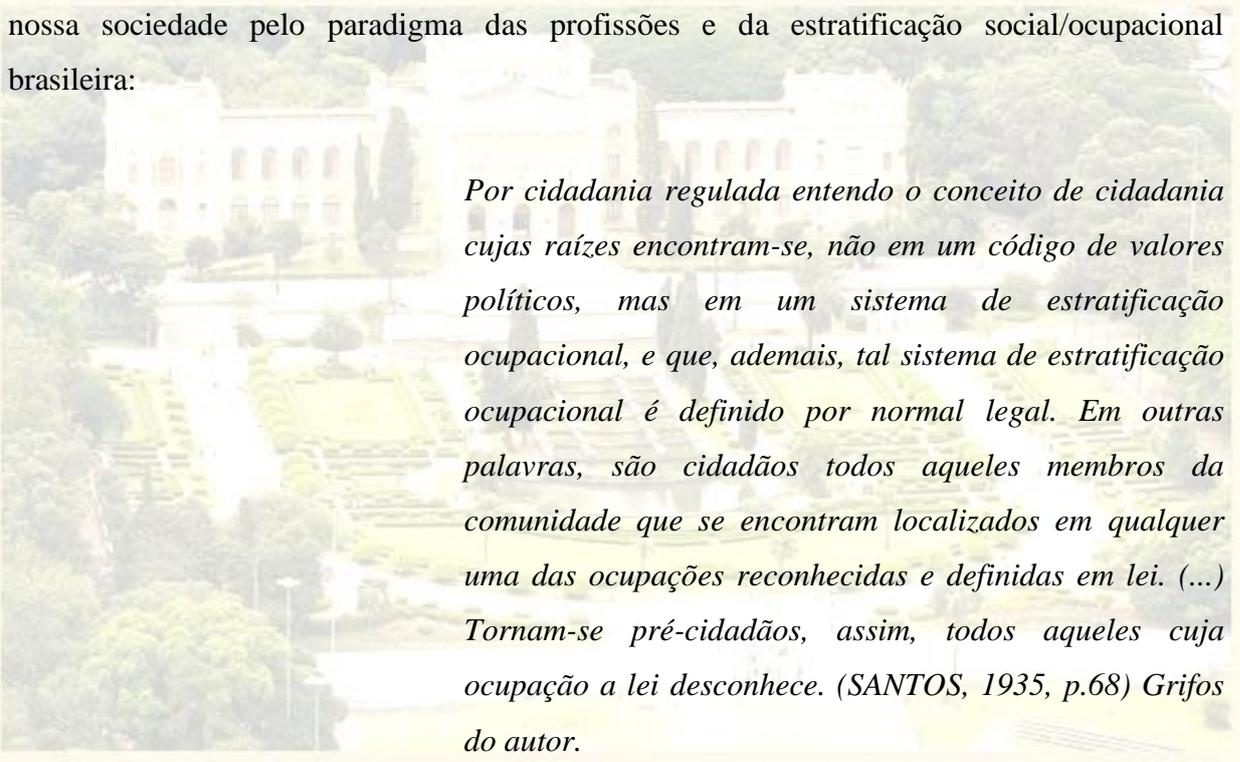
numa relação de submissão e dependência perante seus líderes. Em síntese, Carvalho analisou nossa sociedade e sua formação cidadã:

Era uma cidadania em negativo, se se pode dizer assim. O povo não tinha lugar no sistema político, seja no império, seja na República. O Brasil era ainda para ele uma realidade abstrata. Aos grandes acontecimentos políticos nacionais, ele assistia não como bestializado, mas como curioso, desconfiado, temeroso, talvez um tanto divertido. (CARVALHO, 2001, p.83)

A compreensão de que o povo não tinha espaço no sistema político parece atual ainda em pleno século XXI, do mesmo modo que, assiste passivamente atos do cenário político incrível de seus acontecimentos. Essa intersecção do instituto da cidadania com o fenômeno político nos faz perceber o distanciamento desejado pelas pessoas sobre tudo que se refere à política e ao que é público e do Estado. Assim, o estado assume o papel de regulador da vida das pessoas nas mais diversas searas. Para além desta análise, outra se faz importante quando pensamos a experiência social brasileira a partir das lentes de Roberto DaMatta, o autor no livro *A Casa & a Rua* demonstra em seus escritos a existência de uma *cidadania relacional* que delimita comportamentos e ações de acordo com o espaço em que se está situado o indivíduo, na casa ou na rua. Assim explicitado:

Em casa somos todos, conforme tenho dito, “supercidadãos”. Mas e na rua? Bem, aqui passamos sempre por indivíduos anônimos e desgarrados, somos quase sempre maltratados pelas chamadas “autoridades” e não temos nem paz, nem voz. Somos rigorosamente “subcidadãos” e não será exagerado observar que, por causa disso, nosso comportamento na rua (e nas coisas públicas que ela necessariamente encerra) é igualmente negativo. (DAMATTA, 1997, p.19)

O autor perfaz um caminho em seu livro buscando desvelar que o conceito de cidadania implica de um lado, na ideia fundamental de indivíduo (individualismo) e, de outro, em regras universais (um sistema de lei que vale para todos em todo e qualquer espaço social). Demonstrando como as organizações hierárquicas, o liberalismo à brasileira, entre outros fenômenos próprios de nossa estrutura social e política, impacta na formação do conceito e da concretização da cidadania por aqui. Ademais, existe no Brasil, uma estrutura institucionalizada reguladora da cidadania por meio de uma política, por vezes, autoritária que se apresenta paradoxalmente dentro de um sistema supostamente democrático. Deste modo, Wanderley Guilherme dos Santos em *Cidadania e Justiça* compreende a formação social de nossa sociedade pelo paradigma das profissões e da estratificação social/ocupacional brasileira:



Por cidadania regulada entendo o conceito de cidadania cujas raízes encontram-se, não em um código de valores políticos, mas em um sistema de estratificação ocupacional, e que, ademais, tal sistema de estratificação ocupacional é definido por normal legal. Em outras palavras, são cidadãos todos aqueles membros da comunidade que se encontram localizados em qualquer uma das ocupações reconhecidas e definidas em lei. (...) Tornam-se pré-cidadãos, assim, todos aqueles cuja ocupação a lei desconhece. (SANTOS, 1935, p.68) Grifos do autor.

Esta estratificação provocada pelo mercado de profissões lança luz sobre nossa reflexão acerca da cidadania do consumo, pois possui o mesmo pano de fundo, qual seja equacionar o binômio acumulação (gerada pelo mercado) X equidade (promovida pelo estado). A existência dessa estratificação ocupacional urbana é o que hoje vai garantir a presença e a inserção dos indivíduos no mercado de consumo. Balizando o poder de compra de cada um e sua capacidade de atuar como consumidor. Consumidor em sentido lato é aquele que detém poder de compras nos mercados capitalistas, e conseqüentemente existe enquanto pessoa na esteira da cidadania consumerista.

3. O CONSUMO COMO MEDIDA DE EXPRESSÃO IDENTITÁRIA DA VIDA CONTEMPORÂNEA

Conforme apontado por Zygmunt Bauman (2008), o consumo deixou de ser destinado para prover as necessidades básicas do ser humano e passou a ser uma medida de expressão do significado moderno do que é ser um ser humano vivendo em coletividade. De maneira que o consumo hoje está adstrito à ordem dos desejos, do capricho, o que se apresenta numa estrutura volátil e efêmera. Contudo, socialmente falando é de suma importância atrelar cada vez mais o desejo de se consumir com o princípio constitucional da liberdade, ou seja, só é livre quem consome. Assim, o direito, a economia, a administração, a publicidade, cuidam de pautar e organizar a vida da população em torno do consumo.

Do ponto de vista econômico, tudo pode ser comercializado, ou passível de ser vendido, desde que transformemos todo e qualquer produto em mercadoria. Em seus primeiros escritos Marx (1973) refletia sobre o dinheiro como sendo “a prostituta universal”, o dinheiro permitiria, portanto, a troca de qualquer coisa por qualquer coisa, devido ao seu caráter de pura mercadoria. Neste sentido, pode-se perceber a venda de mão de obra deste o início do processo de industrialização até os dias de hoje com venda de experiências e sensações por meio de viagens a lugares inusitados, bem como de estilo de vida saudável, dentre inimagináveis coisas passíveis de serem transformadas em mercadorias e posteriormente comercializadas.

Segundo, Rubens Casara (2017), no seu livro o Estado Pós-democrático, o estado é compatível e conivente com o neoliberalismo, e acaba por transformar tudo em mercadoria, o que conseqüentemente também transforma cidadãos em meros consumidores, ávidos por comprar diariamente, qualquer coisa. Sendo a lógica do mercado, definidora e balizadora do estado pós-democrático, este que revela tudo como mercadoria. Neste contexto, o mesmo autor esclarece:

A pós-democracia, então caracteriza-se pela transformação de toda prática humana em mercadoria, pela mutação simbólica pela qual todos os valores perdem importância e passam a ser tratados como mercadorias, portanto, disponíveis para uso e gozo seletivos, em um



grande mercado que se apresenta em uma democracia de fachada. (CASARA, 2017, p.37)

Para dar conta de tamanha complexidade inerente às sociedades capitalistas, o poder judiciário teve que se alargar cada dia mais, contudo este alargamento parece não ser suficiente para a garantia dos direitos fundamentais. Pois ao que tudo indica, pesquisas de matriz empírica têm demonstrado que o direito deixa de ser um regulador social, transformando-se em mais um instrumento para o mercado. Tal modelo, é visualizado e percebido por meio de decisões judiciais massificadas, uso de modelos de sentenças e ações pré-formatados, necessidade de cumprimento de metas impostas pelo CNJ, entre outras variáveis. Deste modo, a tecnologia e todo aparato modernizante supostamente necessário para viver a vida *high tech* também nos torna escravo do consumo, tendo em vista a obsolescência precoce de diversos produtos. Preciosa é a percepção de Jonathan Crary:

Nesse contexto emergente, o consumo de tecnologia coincide com estratégias e efeitos de poder, a ponto de se tornar indistinguível deles. Se, por boa parte do século XX, a organização das sociedades de consumo esteve ligada a modalidades de regulação e obediência sociais, hoje a gestão do comportamento econômico é idêntica à formação e perpetuação de indivíduos maleáveis e submissos. (CRARY, 2016, p. 51).

O autor busca demonstrar que as novas exigências do mercado, muitas vezes estão aquém da nossa capacidade de depuração e consumo. Apontando a exclusão e até mesmo a morte de algumas pessoas que não estejam engajados na esteira do consumo. O mesmo autor aponta: “A morte em seus muitos disfarces, é um dos subprodutos do neoliberalismo: quando as pessoas já não têm nada a perder, sejam recursos ou força de trabalho, elas se tornam simplesmente descartáveis” (Crary, p. 53). Depreende-se dessa lógica a noção de um aprisionamento mental (dependência psicossocial) dos indivíduos para o consumo. Sendo a grande massa, moldada e modelada para a aceitação das regras do jogo capitalista.

Vê-se a existência, portanto, de um contrato social implícito estabelecido pelo sistema capitalista com os consumidores globais, algo transcendente aos contratos de compra e venda estabelecidos por nós diariamente. Esta premissa confirma a noção de dependência psicológica dos consumidores para a aquisição de produtos de modo indefinido e infinito. Existindo assim, uma ordem social definidora de comunicação e ação entre fornecedores e consumidores, um sistema, que por vezes, se rompe e consome os próprios consumidores. No Brasil, o consumidor ainda carece de devida importância, o que o leva recorrer ao Estado para reclamar seus direitos (BEVILÁQUA, 2001)

O exemplo maior disso é quando analisamos a mão de obra de trabalho como passível de venda e negociação dentro de um mercado, logo, o capitalismo é no pensar de Giddens (199, p. 61) “como um sistema de produção de mercadoria, centrado sobre a relação entre a propriedade privada do capital e o trabalho assalariado”. Neste modelo feroz econômico os princípios da ordem econômica sempre se sobrepõem aos regramentos de proteção ao consumidor, o que por vezes, é ratificado pelo próprio poder judiciário, como demonstrarei adiante.

4. CONSUMIDORES CONSUMIDOS: A LÓGICA JURÍDICA E DO MERCADO

No mundo contemporâneo, pertencente à cultura ocidental, um traço forte da nossa identidade cultural é o consumo. Não há como imaginar o homem, enquanto ser social afastado do mercado de consumo e das tratativas legais referentes ao seu poder de compra e venda. Sendo as sociedades capitalistas modernas pensadas para o consumo – sem avaliação, portanto, por parte de muitos consumidores, de como, quando e porque se consomem tantos produtos. Os cidadãos neste contexto, não são considerados meros atores da vida civil ordinária, eles se apresentam e se representam socialmente por meio de simbolismos definidores do que consomem. Noutras palavras, todos os símbolos referentes às marcas disponíveis no mercado para serem consumidas, irão inferir em qual status social aquela pessoa se encontra. Todo esse arranjo forma uma cultura de consumo sedimentada nos mercados metropolitanos, bem como reorganiza e formula o conceito de cidadania do consumo que aqui estamos trabalhando. A cidadania, nesta sociedade, está ligada à quantidade consumida e faz disso a inserção social.

O mercado de consumo possui a capacidade de ser o grande divisor e unificador das classes sociais. Ou seja, alguns produtos, devido ao seu elevado valor, só são consumidos por determinadas pessoas, mesmo que em tese seja oferecido para todos. A falsa sensação de inclusão social pelo consumo, promove uma gama de pessoas desiguais, o que é normal e esperado ao se pensar no contexto do capitalismo. Um bom exemplo para visualização disto é a popularização dos smartphones que viraram objeto de consumo fundamental de todas as classes sociais urbanas. Atualmente, eles são mais acessíveis mesmo às pessoas de baixa renda, ainda que sejam apenas os modelos mais simples, o que marcará a desigualdade neste caso é a marca do aparelho e sua reputação no mercado. O fetiche e o prazer pelo consumo se tornaram a força que impulsiona a economia pós-moderna, se colocando como elemento agregador ou desagregador da sociedade.

Nessa perspectiva, emerge possivelmente uma modalidade de consumo desenfreado, sendo este regulado pelo capital na esfera econômica e orquestrado pelo judiciário na esfera dos conflitos. Assim, socialmente, o direito de existir passa a coincidir com o direito de consumir – uma premissa de surgimento da cidadania do consumo. Os direitos de cidadania estão sendo trocados gradativamente pelos direitos de consumo em algumas sociedades, momento em que as pessoas passam a exercer seus direitos de cidadania no consumo, fazendo exigências ao mercado, e não nas questões de ordem política e social, conforme o conceito jurídico-doutrinário clássico da palavra cidadania. Lamentável pensar o direito de cidadania restrito ao conceito de direito do consumidor. De acordo com Roberto Lisboa:

“(...) conforme preceito legal, considera-se consumidor tanto quem adquire como aquele que tão somente utiliza, como destinatário final lançado no mercado pelo fornecedor. Assim, aquele que adquire alguma coisa para uso próprio, como destinatário final é consumidor”.
(LISBOA, 2002, p.89)

No caso brasileiro, o Código de Defesa do Consumidor (Lei. 8.078/1990) regulamenta as normas de proteção e defesa do consumidor, e tentam realizar uma proteção deles, tendo em vista tratar-se de ordem pública e interesse social, nos termos da Constituição Federal. Assim, desde a criação da referida lei e o aumento do poder de compra dos

brasileiros, uma quantidade significativa de lides entre empresas e consumidores chega aos umbrais da justiça cotidianamente, principalmente no âmbito dos Juizados Especiais Cíveis – instância apta a apreciar lides mais simplistas, bem como o PROCON.² Nesse sentido, Maria Stella Faria de Amorim, ao pesquisar a administração de conflitos judiciais em mercados metropolitanos brasileiros, interpreta:

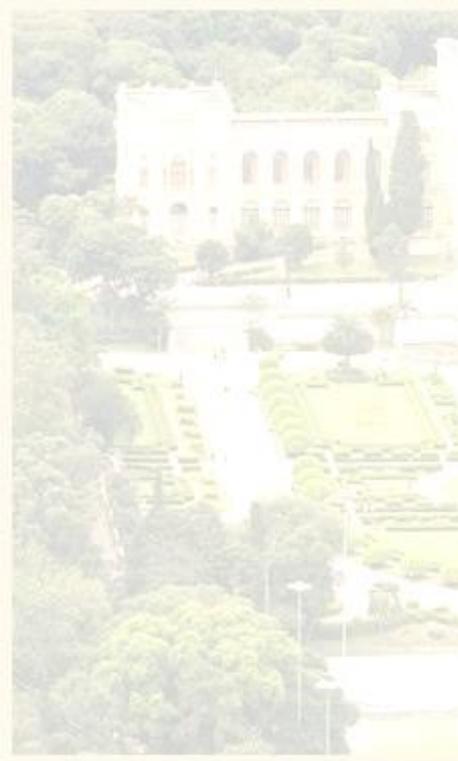
Repetidas práticas abusivas contra o consumidor passaram a colocar em foco os JECs, hoje o principal lócus a que são levados os conflitos de relações de consumo. Nos limites deste ensaio, importa destacar o elevadíssimo número dos conflitos de relação consumerista e a sua recorrência nesses Juizados, uma vez que ao serem criados pela lei. 9.009/95, ela não lhes conferiu a atribuição exclusiva de apreciar conflitos decorrentes de relações de consumo, mas conflitos civis em geral, cujo valor da causa não excedesse quarenta salários-mínimos e fossem considerados de baixa complexidade. (AMORIM, 2005, p;196)

Entretanto, percebemos através do judiciário que o ritmo do consumo não se demonstra apenas em termos de necessidades vitais, mas sim consumos de itens para o enaltecimento do prazer e das vaidades, vide a quantidade de demanda hodiernamente iniciada no âmbito dos tribunais – o que já é esperado tratando-se de sociedades complexas de identidades marcadas pelo consumo ilimitado.

Esses comportamentos são resultados de uma “*sociedade de consumo de massa*” no dizer de Amorim (2017, p. 268), o que provoca a construção e os desdobramentos de uma cidadania do consumo também no bojo do judiciário brasileiro: “Essa circunstância aumenta a possibilidade de ocorrerem conflitos de interesse no mercado, o que torna relevante a presença de instituições jurídicas, a exemplo de tribunais, com a função de administrá-los”.

² O PROCON-RJ tem como principal objetivo assegurar ao consumidor ampla transparência nas negociações de compra, sendo rápido e eficaz na aplicação das leis que regulamentam o mercado. Como Autarquia de Proteção e Defesa do Consumidor, o PROCON-RJ existe para garantir que esses direitos sejam respeitados pelos fornecedores de serviços e produtos, mantendo assim o equilíbrio nas relações e promover o bem comum. Disponível em: <http://www.procon.rj.gov.br/index.php/main/objetivo>

Na reflexão da autora, fica clara a ideia de que a existência recorrente de conflitos desta natureza é fruto de relações frágeis entre vendedor e consumidor, e da falta de socialização e internalização de valores mútuos e respeito entre as partes envolvidas no negócio. Ademais, os estudos empíricos de observação da professora Maria Stella ainda revelam que o judiciário, por diversos motivos, parece não resolver eficazmente as contendas de ordem consumerista:



Tal circunstância contribui para a sobreposição de um mercado simbólico em que o consumidor, como veremos, torna-se consumido, por ser visto e tratado como objeto pelo vendedor, que, por não lhe conceder reconhecimento enquanto cidadão, lança mão de meios enganosos para buscar sua adesão a contratos de compra e venda de bens e de serviços que não correspondem às descrições favoráveis do que lhe é oferecido no ato da compra. E, em caso de eventual inadimplência, vê-se o consumidor sem alternativa, em face da política estabelecida pelo Estado e normatizada pelo mercado, com restrições de acesso a crédito e a juros altos. Fica assim inibida a condição do sujeito-consumidor nas trocas realizadas nos mercados metropolitanos brasileiros e restrita à eficácia da legislação protetora do consumidor. (AMORIM, 2017, p.270)

A discussão trazida à baila, quer demonstrar como os consumidores também se tornam um produto a ser comercializado e conseqüente consumido dentro da lógica mercadológica de compra e venda instaurada na era da cidadania do consumo. Percebe-se, portanto, a necessidade de uma regulação mais eficiente para o sujeito-consumidor, passando por uma releitura das categorias de “hipossuficiência” e conseqüentemente de cidadania e igualdade. Segundo Amorim, Kant de Lima e Mendes (2005, p.16) “os cidadãos são tidos pelo sistema jurídico pátrio como hipossuficientes, incapazes de fazer valer os seus interesses

legítimos no processo, o que deságua em uma intervenção voraz do Estado nos direitos de cidadania”.

A repetição das ações de ordem consumerista no âmbito do judiciário é consequência do tratamento desigual fornecido pelo judiciário a quem consome. Direito contra o mercado – consumidores? Nascimento do capitalismo – ele que marca as diferenças. No Brasil quem cria a desigualdade é o Estado e não o mercado. O Estado cria o direito social, mas não o promove, porque o nosso Direito possui uma lógica de atuação antiliberal. O Estado (representado pelo poder judiciário) existe, em regra, para mitigar os efeitos da desigualdade provocada pelo mercado capitalista, contudo, neste mercado simbólico, “o consumidor torna-se pessoa menor, transformando sua condição de cidadão e de sujeito nas relações de compra e venda, em objeto destas relações”. (AMORIM, 2017, p 293)

Quando pensamos e entendemos o tecido social e jurídico brasileiro a partir da premissa da igualdade de tratamento, percebemos no contexto das relações consumeristas uma ação paradoxal da justiça, que para além de não solucionar conflitos, ainda privilegia empresa réis – não havendo condenação proporcional pelo inadimplemento contratual³.

Para exemplificar todo o imbróglio que envolve a área do consumidor, podemos citar a súmula 75⁴ criada pelo TJ/RJ – que pretendia classificar dano moral, como mero aborrecimento, sob a justificativa de se evitar enriquecimento ilícito por parte dos consumidores. Contudo, a referida súmula foi afastada pela 20ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro. Para a Procuradoria da OAB-RJ, o entendimento da Corte carioca contraria precedentes do Superior Tribunal de Justiça que aplicam a teoria do desvio produtivo do consumidor, bem como suprime direito estabelecido na constituição federal.

Adolfo Mamoru Nishiyama (2010, p.155) aponta que “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”. Assim, para nós, evidente é a inconstitucionalidade da súmula, tendo em vista seu enaltecimento ao descumprimento contratual por parte da empresa apoiado pelo Estado. O que geraria uma incerteza jurisdicional ainda maior sobre as decisões judiciais envolvendo relações de consumo nos mercados internos.

³No início deste ano, as concessionárias de energia e de telefonia ocuparam as primeiras quatro posições entre as empresas mais acionadas pelos Juizados Especiais Cíveis do Estado do Rio de Janeiro. De acordo com o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, foram ajuizadas 20.135 ações em janeiro contra as 30 empresas mais acionadas. A concessionária de energia elétrica Light lidera o ranking das empresas com mais reclamações.

⁴A Súmula 75 do TJ-RJ. O enunciado estabelecia que "o simples descumprimento de dever legal ou contratual, por caracterizar mero aborrecimento, em princípio, não configura dano moral, salvo se da infração advém circunstância que atenta contra a dignidade da parte".

Assim por derradeiro, percebemos que as mudanças na maneira de consumir transformam as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. Isso é o que postula o antropólogo Néstor Canclini (2006), em seu livro: *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Para o referido autor, o ato de consumir está intrinsecamente ligado ao ato de pensar e de escolher e, por conseguinte, essas escolhas nos fazem cidadãos. De maneira simplificada o livro nos mostra que: se consumimos pouco, pouco somos vistos como cidadãos dentro de um mercado capitalista e global. A partir desse ponto, podemos dizer que está concretizada toda forma de se imaginar a sociedade com os olhos da cidadania do consumo.

Sobre esta temática, relevante destacarmos que no Brasil existe um pensamento jurídico forte em se dizer que o Estado possui o papel de igualar as pessoas – na busca de perseguir uma igualdade formal, tendo em vista que ela não subsiste materialmente. De fato, em países desenvolvidos, o Estado, por meio do poder judiciário possui esta função, tendo em vista que o mercado é o grande promotor da desigualdade nas sociedades capitalista – conforme afirma Marshall em *Cidadania, Classe social e status*. Contudo, por aqui, além da desigualdade promovida pelo mercado há ainda a confirmação desta desigualdade por parte do estado-juiz. Demonstrando-nos de que modo a desigualdade é uma marca da sociedade brasileira. Sobre desigualdade social no Brasil, Kant de Lima nos ensina que:

(...) de um lado, a associação entre a igualdade formal dos cidadãos, garantida pelo conjunto de liberdades públicas existentes na Constituição e pelo acesso universal aos tribunais, para defendê-las – os direitos civis – e a desigualdade oriunda da participação no mercado, própria das sociedades contemporâneas; e, de outro, a desigualdade formal imposta a segmentos de uma sociedade aristocrática e a consequente inexistência de um mercado onde membros da sociedade possam competir livremente, própria das sociedades ocidentais anteriores às revoluções liberais. (KANT DE LIMA, 2004, p. 03)

Assim, existe supostamente uma igualdade jurídica e doutrinária garantida pelo tribunal e por outro lado, uma desigualdade econômica e social entre os cidadãos diante do mercado produzida pelos sistemas capitalistas. O que atravessa o conceito da nossa cidadania de consumo e escamoteia a capacidade de ser consumidor sem ser taxado de hipossuficiente. Assim, pode-se dizer que quando o Estado tenta minorar as desigualdades provocadas pelo mercado, baseando-se na lógica barbosiana “...igualdade é tratar desigualmente os desiguais, na medida em que se desigalam...” (Ruy Barbosa, 1992), ele apenas eleva o consumidor a uma condição de hipossuficiência, atribuindo o efeito negativo para sua cidadania enquanto membro de uma sociedade de consumo.

5. CONCLUSÃO

Provisoriamente, até onde se pesquisou e investigou a temática, pode-se concluir que a cidadania do consumo é um fato e está muito presente nas sociedades capitalistas contemporâneas, inclusive como uma marca indelével do mercado. Assim, ao apresentar este instituto e propor uma reflexão acerca da sua presença no seio do judiciário e em nossas vidas, procurei demonstrar a importância destes consumidores em potencial.

Ademais, alargar o conceito de cidadania, dentro da perspectiva econômica-social bem como (re) configurá-lo para esta nova matriz econômica que vivemos, é o mesmo que compreender a necessidade do judiciário de reavaliar o modo como percebe os consumidores e os fornecedores, e conseqüentemente a aplicação dos preceitos da lei consumerista.

Não poderíamos olvidar de mencionar, que após esta reflexão, a cidadania do consumo, promove uma inclusão social e uma exclusão social ao mesmo tempo. Noutras palavras, foi possível perceber que socialmente o consumidor precisa consumir alguns produtos específicos para estar em alguns locais e participar de alguns seguimentos da sociedade – logo se não os possui, fica automaticamente excluído. Mais, uma vez é válida a percepção de como o direito tratará estes processos jurídico-sociais que igualam e desigalam as pessoas ao mesmo tempo.

Ainda vimos, que no judiciário brasileiro há a presença de alguns elementos da atividade judicante que inviabilizam a concretização da faceta do consumo na sua totalidade,

uma vez que, os consumidores são percebidos e consumidos pelo próprio sistema econômico doméstico. Já que são considerados hipossuficientes pela maioria dos juízes, conforme constatou Stella Amorim (2017) com pesquisa de campo. Entendemos como conclusão preliminar deste trabalho, que há também uma conseqüente diminuição dos indivíduos enquanto cidadãos/consumidores, o que nos confirma a ideia de uma cidadania do consumo às avessas, ou em negativo como muito bem estudou José Murilo de Carvalho (2001) ao interpretar a cidadania brasileira.

Este trabalho não teve como condão esgotar este tema novo que tange o direito constitucional, o direito civil e do consumidor, e a economia, buscou-se apenas aclarar para uma realidade já vivenciada por nós socialmente, economicamente e juridicamente e por derradeiro, despertar no leitor para existência de um novo modo de olhar as relações de consumo que estabelecemos cotidianamente.

BIBLIOGRAFIA

AMORIM, Maria Stella de; KANT DE LIMA, Roberto; MENDES, Regina Lúcia Teixeira (Org). *Ensaio sobre a igualdade jurídica: acesso à justiça criminal e direito de cidadania no Brasil*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2005.

AMORIM, Maria Stella. KANT DE LIMA, Roberto. *Administração de conflitos e cidadania: problemas e perspectivas*. 1ªed. Rio de Janeiro: Autografia, 2017.

BEVILÁQUA, Ciméa. *Notas sobre a forma e a razão dos conflitos no mercado de consumo*. Sociedade e Estado., vol. XVI, nº1/2, jan/ dez. 2001, pp. 306-334.

BAUMAN, Zygmunt. *Vidas para o Consumo, a transformação das pessoas em mercadoria*, Ed. Zahar, 2008.

BBC, Brasil. *Transformamos pobres em consumidores e não em cidadãos*. Entrevista concedida por José Mujica a Ana Maria Bahiana - de Los Angeles para a BBC News Brasil. Acesso em 21 de dezembro de 2018. Disponível em: https://www.bbc.com/portuguese/brasil46624102?ocid=socialflow_facebook&fbclid=IwAR39kj1CwRfX4C8_JxHoDiifC4-hrspgp2VHl0L1rpftxSaBsKVVzhehtp6o

CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CARVALHO, José Murilo de. *Cidadania no Brasil o longo caminho*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

CASARA, Rubens, R.R. *Estado pós democrático: neo-obscurantismo e gestão dos indesejáveis*. 2ª ed. – Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2017.

CASTEL, R. *As metamorfoses da questão social. Uma crônica do salário*. São Paulo: Vozes, 1998

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. Tradução: Raul Fiker. São Paulo. Editora UNESP, 1991.

CRARY, Jonathan. *24/7: Capitalismo tardio e os fins do sono*. Tradução: Joaquim Toledo Jr. São Paulo. Ubu Editora, 2016.

DAMATTA, Roberto. *A casa & a rua*. 5ª edição. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 2002.

KANT DE LIMA, Roberto; EILBAUM Lucía; PIRES, Lenin. (Orgs) *Conflitos direitos e moralidades em perspectiva comparada*, volume I. Garamond, 2010.

KANT DE LIMA, Roberto. *Igualdade desigualdades e métodos de produção da verdade jurídica: uma discussão antropológica*. CES, Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 2004.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Tradução Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LISBOA, Roberto Senise. *Responsabilidade civil nas relações de consumo*. São Paulo. Ed. Revista dos Tribunais. 2002.

MARSHALL. T.H. *Cidadania, Classe social e status*. Zahar. Rio de Janeiro, 1987.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. *A Proteção Constitucional do Consumidor*, 2 Edição, São Paulo, Ed. Atlas S.A., 2010.

SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *Razões da Desordem*. Rio de Janeiro. Ed Rocco, 1994.

SILVA, José Afonso da. *Curso de direito constitucional positivo*. 40 ed. São Paulo: Malheiros, 2017.

All Rights Reserved ©

Polifonia - Revista Internacional da Academia Paulista de Direito

ISSN da versão impressa: 2236-5796

ISSN da versão digital: 2596-111X

academiapaulistaeditorial@gmail.com/diretoria@apd.org.br

www.apd.org.br



This work is licensed under a [Creative Commons License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)