



BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO COMO FORMA ALTERNATIVA DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

CONSUMER BALCONY AS AN ALTERNATIVE FORM OF CONFLICT RESOLUTION

Lidia de Paola Ritter¹
Franco Scortegagna²

RESUMO

Busca-se analisar as faces da sociedade de consumo, efeitos e consequências do consumismo na atualidade. Observa-se que os mecanismos e órgãos de defesa do consumidor, encontram-se em situação deficitária, considerando o grande poderio dos fornecedores. Para tanto, foram abordados os mecanismos alternativos de resolução de conflitos de consumo, analisando também o programa de extensão Balcão do Consumidor da Universidade de Passo Fundo, que auxiliam no âmbito extrajudicial a redução de conflitos, sendo as demandas solucionadas por intermédio de contatos telefônicos e audiências, evitando que a demanda adentre ao judiciário, auxiliando o consumidor a ter seu conflito resolvido de forma eficaz.

Palavras-chaves: Balcão do Consumidor, Consumo, Mediação, Conciliação.

ABSTRACT

It seeks to analyze the faces of consumer society, effects and consequences of consumerism today. It is observed that the mechanisms and bodies of consumer protection, are in a deficit situation, considering the great power of the suppliers. For that, the alternative mechanisms of resolution of consumer conflicts were also discussed, also analyzing the Consumer Counter extension program of the University of Passo Fundo, which help in the extrajudicial area the reduction of conflicts, and the demands are solved by means of telephone contacts and avoiding the demand to enter the judiciary, helping the consumer to have their conflict resolved effectively.

Keywords: Consumer Counter, Consumption, Mediation, Conciliation.

INTRODUÇÃO

As relações de consumo, em que pese existentes em uma menor escala desde o início da civilização humana, após a revolução industrial, ganharam maior complexidade e a relação

¹ Mestranda em Direito na Universidade de Passo Fundo (UPF). Bolsista CAPES. Advogada. Bacharel em Direito (UNIJUÍ). Integrante do Projeto de Pesquisa: “Proteção Jurídico Ambiental Transnacional e o Paradigma da Sustentabilidade no Novo Constitucionalismo Latino Americano”. E-mail: lidiaritter26@gmail.com.

² Mestrando em Direito pela Universidade de Passo Fundo (UPF). Especialista em Processo Civil pela Universidade de Passo Fundo. Especialista em Direito do Consumidor pela Uniasselv. Orientador do programa Balcão do Consumidor da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo(UPF). E-mail: fscortegagna@upf.br



entre fornecedores e consumidores ganhou dimensões gigantescas. A partir disso, surgem diversos desafios e impactos, tanto em relação ao meio ambiente, bem como na seara social, mais precisamente nas relações humanas.

O fenômeno da globalização interfere diretamente nas relações de consumo, considerando que uma de suas características é justamente ultrapassar os requisitos de tempo e espaço, fazendo com que, cada vez fique mais fácil consumir, não necessitando, por exemplo, o consumidor ir até uma loja física para poder adquirir determinado produto.

A globalização influencia diretamente nas relações de consumo, isso porque, uma de suas características é ultrapassar o binômio espaço e tempo considerando a instantaneidade com que as informações chegam até a sociedade. A partir disso as pessoas estão recebendo informações de novos produtos e lançamentos, vinculando o consumo como meio de felicidade, instigando ainda mais hábito do consumo desenfreado.

A partir disso, é possível visualizar a sociedade do hiperconsumismo, a qual é marcada pela falta de solidariedade e de preocupação com os bens da coletividade considerando a forma completamente equivocada como vem consumindo. O consumo não é mais utilizado como algo necessário, mas sim, como algo indispensável, ligado diretamente à ideia de felicidade, onde sem consumo, não há felicidade, práticas estas que causam conflitos devido ao consumidor ser a parte mais vulnerável da relação de consumo, estando, assim, mais propício a ser de certa forma enganado.

Com a evolução da sociedade e das relações de consumo, há também o surgimento de conflitos oriundos de tais relações, razão pela qual são abordadas formas de resolução de conflitos de forma extrajudicial, considerando o grande número de processos em tramitação no sistema judiciário brasileiro, sendo, portanto, extremamente morosa a resolução de conflitos, não havendo qualquer eficiência no serviço prestado.

A partir de tal constatação, são apresentados mecanismos de resolução de conflitos de forma extrajudicial, quais sejam a mediação, conciliação, bem como a atuação do Balcão do Consumidor, por meio de projeto de extensão da Universidade de Passo Fundo, mecanismo que foi inaugurado com o objetivo de ser mais um canal para garantir os direitos dos consumidores, otimizando a resolução de conflitos, considerando a demora nos processos ajuizados de forma litigiosa

O tema escolhido é de profunda relevância, uma vez que, o sistema judiciário encontra-se abarrotado de ações e levando anos para serem resolvidas. Com isso, busca-se mostrar uma forma alternativa de resolução de conflitos que envolvam consumidores e fornecedores, essa nova prática é denominada de mediação ou conciliação.

A metodologia utilizada baseou-se no método dedutivo, adotando-se a pesquisa qualitativa e, como técnica de pesquisa, utilizou-se a técnica de pesquisa bibliográfica.

2 SOCIEDADE DE CONSUMO

A partir de meados do século XX, o Brasil passa definitivamente a fazer parte da chamada sociedade de consumo. Entende-se por sociedade de consumo, aquela na qual, tendo fundamento em relações econômicas capitalistas, estão presentes, pelo menos cinco características “ (i) produção em série de produtos, (ii) distribuição em massa de produtos e serviços, (iii) publicidade em grande escala no oferecimento dos mesmos, (iv) contratação de produtos e serviços via contrato de adesão e (v) oferecimento generalizado de crédito direto ao consumidor” (SODRÉ, 2007, p. 25).

A atual sociedade de consumo é um retrato dos avanços gerados através da Revolução Industrial, marco histórico que acarretou no crescimento do desenvolvimento científico e principalmente tecnológico, tendo como consequência, basicamente, um aumento econômico. Estes avanços acabaram permitindo o transporte mais rápido de produtos e informações e ainda de comunicação instantânea, os quais caracterizaram o fenômeno da globalização, uma vez que o acesso a produtos e serviços é muito mais fácil e rápido.

Acerca disto, (GREGORI, 2010, p. 248) frisa que “com o crescimento econômico ocorre um grande crescimento populacional e, também, a acentuada urbanização do mundo, que por sua vez tem íntima relação com o *boom* da Sociedade de Consumo”. Ressaltando, inclusive, que “a sociedade de consumo nasce após as demandas da Revolução Industrial, mas vai se desenvolver com as características básicas atuais, propriamente, após a Segunda Guerra Mundial e se consolidará somente a partir da década de 70”.

A sociedade de consumo do século XXI pode ser definida diante de duas passagens ocasionadas pela globalização: a) advento do capitalismo que aqueceu a economia de consumo e produção em massa de produtos; b) substituição de uma sociedade “rigorístico-disciplinar” por uma sociedade “da moda”, reestruturada pelas grandes indústrias à consumir produtos



ofertados como se fossem um “sonho jubiloso”. Desta forma, a sociedade de consumo surge como, “uma cultura hedonista e psicologista que incita a satisfação imediata das necessidades, estimula a urgência dos prazeres, enaltece o florescimento pessoal, coloca no pedestal o paraíso do bem-estar, do conforto e do lazer” (LIPOVESTSKY, 2011, p. 60-61).

Cotidianamente, o consumo faz parte da natureza do ser humano, já que é preciso consumir para adquirir o que é necessário ou não para sobrevivência, mas nota-se que as necessidades acabam por ser criadas ou modificadas conforme a realidade de cada consumidor e de acordo com os interesses do capital “a necessidade é conceito relativo. As necessidades não são constantes porque elas são categorias da consciência humana desde que a sociedade se transforma, a consciência da necessidade transforma-se também. O problema é definir exatamente em que a necessidade é relativa, e entender como as necessidades surgem. As necessidades por ser definidas a respeito de um número de diferentes categorias de atividade – permanecendo estas completamente constantes no tempo (alimento, habitação, cuidados médicos, educação, serviço social e ambiental, bens de consumo, oportunidades de lazer, amenidades de vizinhança, facilidades de transporte) (HARVEY, 1980, p. 87)”.

Contudo, a sociedade de consumidores, não busca suprir somente suas necessidades básicas de consumo, conforme referido acima, ao contrário, na atualidade, de acordo com (BAUMAN, 2010, p. 70), a sociedade de consumo é conduzida pelo marketing e designer de novas ofertas e produtos, que criam hábitos ao consumidor por meio de uma “apoteose” publicitária. Com a vinculação dos aspectos de divulgação comercial, seja por anúncios de televisão, internet ou rádio que “se manifesta de diversos meios, implícitos e explícitos, tornando a vida do cidadão manipulada para o consumo” (PEREIRA; PEREIRA; PEREIRA, 2009, p. 13).

A partir da conduta da sociedade de consumidor, (BECK, 2011, p. 195) denomina como “sociedade de risco”, pois é uma consequência do modelo contemporâneo globalizante e do sistema capitalista de produção e consumo, voltado para alavancar grandes receitas para as corporações transnacionais, ocasionando na individualização da vida privada apresentando significativa “dependência do mercado em todas as dimensões da conduta na vida [...] promovido por meio de comunicação de massa e absorvidos por opiniões, hábitos, gostos e estilos de vida predeterminados”. Diante dessas circunstâncias, surge a “sociedade de consumo” marcada pela forma individualista pensar e de se comportar da população, isto é “representa o

tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas” (BAUMAN, 2008, p. 70).

Isto posto, nota-se que a sociedade de consumo é marcada pelo consumismo individualista e exagerado dos seres humanos. Porém, atualmente, a sociedade está cruzando por novas transformações, e um outro modo de consumir emerge na sociedade contemporânea, passamos para uma “era do Hiperconsumismo”, que cada vez mais, induz a população à buscar produtos que fomentam os desejos relacionados a sua aparência física, sentimental, carnal, relacional, ou seja alegria em abundância para o gozo pleno da felicidade (LIPOVESTSKY, 2007, p. 42).

Em razão da extrema globalização e capitalismo, excesso de oferta e em conjunto com a abundância dos produtos e serviços postos no mercado, acarretaram o aumento de estratégias e planos publicitários, visando com isso formas atrativas e sedutoras de consumo, aliada à facilitação do crédito.

É indiscutível que o fenômeno da globalização trouxe progresso, possibilitando a expansão da democracia e dos meios de comunicação, fator que contribuiu para o avanço da tecnologia, mas também causou uma série de reestruturações no mundo e na forma de vida das pessoas, criando novos riscos e gerando inúmeras incertezas, estresses e tensões que atingem a sociedade, em todas as suas searas, tanto nas relações humanas, como no desenvolvimento sustentável do meio ambiente.

Sucessivamente as pessoas acabam consumindo para satisfazer suas futilidades, apenas para adquirir o produto da moda do mercado, e, esquecem de atender suas necessidades pessoais, uma vez que a sociedade de consumo é voltada para “as novas elites do mundo econômico alardeiam sem complexos seus gostos pelos produtos de luxo e pelos símbolos de posição social. [...] O esnobismo, o desejo de parecer rico, o gosto de brilhar, a busca pela distinção social” (LIPOVESTSKY, 2008, p. 51).

O hiperconsumismo produz diversos problemas, um deles é a questão do meio ambiente, “[...]os impactos gerados pela ação antropogênica, em especial em nossos dias. Uma análise, ainda que rápida, mostra que na mesma velocidade das conquistas e da geração de bens, estamos marchando para o esgotamento de grande parte de nossos recursos naturais. Estamos gerando níveis insuportáveis de poluição; estamos perdendo nossa biodiversidade e nossa água



potável. Talvez devamos redimensionar nosso *modus vivendi* e até mesmo nosso paradigma de desenvolvimento, buscando a sustentabilidade”. (BUTZKE, 2006, p. 15).

Ademais, a Constituição Federal de 1988 refere que todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, “está se referindo ao meio ambiente em que estamos inseridos e com o qual nos relacionamos. Vale dizer: refere-se ao solo que nos serve de substrato e de base para a produção de alimentos; refere-se igualmente à água com bom teor de potabilidade para o consumo humano e animal e bem de uso em nossas necessidades de higiene e limpeza; refere-se a alimentos de qualidade e não comprometidos por substâncias prejudiciais à saúde humana e animal; refere-se ao ar que respiramos e também à conservação da camada de ozônio, essencial à permanência da vida no planeta Terra” (BUTZKE, 2006, p. 09).

Outro ponto a ser referido, o qual é objeto de estudo deste artigo, é que a partir do massificado aumento do consumo e a influência da globalização, no sentido de anúncios e propagandas chegarem ao possível consumidor de forma imediata, fazendo com que a sociedade consuma de forma compulsiva, não pensando nos benefícios/malefícios de determinados produtos, acarretando demandas e litígios relacionados ao ramo consumerista.

O sistema utilizado na sociedade moderna não faz sentido algum, “dentro desse sistema linear, a sociedade afundará no próprio lixo-rebotalhos humanos criados pela exclusão social e montanhas de entulhos e rejeitos produzidos – criado pela sociedade de consumo. (PEREIRA, 2009, p. 26).

Além da extrema degradação ambiental, exclusão das pessoas que não tem condições de consumir de forma exacerbada, ainda os litígios oriundos de relações de consumo insatisfatórias “ainda há um número significativo de brasileiros sem acesso ao consumo e, dentre os que têm acesso, existem muitos conflitos entre os atores do mercado de consumo, tendo como consequência a apreciação das demandas pelo Poder Executivo, pelos órgãos públicos de defesa do consumidor, pelas agências reguladoras e pelo Poder Judiciário (PEREIRA, 2010, p. 28).

A partir de tais fatores, com inúmeras influências (propagandas e mídias), bem como a necessidade da sociedade consumir de forma compulsória, buscanso satisfazer desejos, o consumidor acaba se tornando vulnerável em relação ao mercado “vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro

reconhece a qualidade ou condição daquele(s) sujeito(s) mais fraco(s) na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venha(m) a ser ofendido(s) ou ferido(s), na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte do(s) sujeito(s) mais potente(s) da mesma relação (MORAES, 2009, p. 125).

Importante refletir acerca do momento em que se passou a perceber que de fato o consumidor é um ser vulnerável, uma vez que abusos vinham ocorrendo no mercado, o que acabou por evidenciar esta fragilidade “a compreensão de que o consumidor é um agente vulnerável passa a ser desenvolvida no início do século XX, considerando-se os abusos do mercado que demonstravam a fragilidade desse sujeito, o que resta bastante evidenciado, por exemplo, diante da instrumentalização característica dos negócios massificado, configurados em contratos de adesão, ou em condições gerais, figuras pré-redigidas pelos fornecedores, que, não raro, colocam os consumidores em posição de desequilíbrio negocial, motivo pelo qual vieram a ser reguladas por leis, como é o caso, por exemplo, do art. 54 do CDC, que exige pautas mínimas de conformação desses instrumento contratuais com a perspectiva de proteção do consumidor (SCHMITT, 2010, p. 206).

Logo, a vulnerabilidade, em verdade, é um dos indicadores de que é necessária a proteção dos consumidores, o que se faz, principalmente, através de intervenções estatais, com o auxílio dos atores da política nacional de relações de consumo, que serão explicados mais adiante.

Ademais, o consumidor é considerado vulnerável técnico, considerando que “a vulnerabilidade técnica decorre do fato de não possuir o consumidor conhecimentos específicos sobre o processo produtivo, bem assim dos atributos específicos de determinados produtos ou serviços pela falta ou inexatidão das informações que lhe são prestadas. É o fornecedor quem detém o monopólio do conhecimento e do controle sobre os mecanismos utilizados na cadeia produtiva. Ao consumidor resta, somente, a confiança, a boa-fé, no proceder honeste, leal do fornecedor, fato que lhe deixa sensivelmente exposto (FILHO, 2010, p. 45).

Assim sendo, considerando que a sociedade do século XXI é movida pelo consumo, fundamental, portanto, o papel de instrumentos como a mediação e a conciliação, as quais serão tratadas adiante e também de que forma o Balcão do Consumidor, a partir do programa de extensão da Universidade de Passo Fundo, atuam como instrumentos de política pública capazes de solucionar conflitos da sociedade local.



3 FORMAS DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

A sociedade atual é marcada pela era do consumismo e umas das consequências é o surgimento de diversos litígios acerca de discussões relacionadas ao consumo. Uma das áreas que necessita ferramentas de solução de conflitos é justamente a área de consumidor, considerando o afogamento do poder público e, sobretudo, em razão da vulnerabilidade e da pobreza do polo ativo da demanda, no caso, o consumidor.

Assim, o Código de Processo Civil, publicado no ano de 2015, trouxe uma inovação em seus fundamentos, ou seja, destaca a premissa e norma fundamental de que a mediação e a conciliação são métodos consensuais de conflitos.

Apesar da finalidade conciliatória em comum, mediação e conciliação guardam distinções tão nítidas em seus propósitos e em seu alcance social que vale a pena, nesse momento em que ambas se encontram no mesmo cenário, destacá-las.

O caráter transdisciplinar da mediação recurso que articula dessemelhantes saberes de forma a potencializar o diálogo autocompositivo voltado à construção de consenso é o principal responsável pelas inúmeras distinções com a conciliação e com outros meios de resolução de conflitos. Os aportes teóricos oriundos de distintas disciplinas conferiram à condução da mediação uma significativa complexidade, exigindo capacitação específica dos mediadores; em contrapartida, conferiram ao seu ritual negocial uma especial informalidade (ALMEIDA, 2015, p. 83).

Em razão da longa duração de um processo litigioso, não havendo, portando, eficiência na prestação de serviço do poder público para com o consumidor, “é preciso resolver os litígios com rapidez, e nesse ínterim, assegurar garantias e boa aplicação da justiça. Agilidade e não pressa, talvez seja essa a postura adequada. Todavia, geralmente, o sistema processual não é ágil em seus procedimentos, pois os litigantes esperam anos em processo para ter seu direito reconhecido e satisfeito, com demandas que, na maioria das vezes, poderiam ser resolvidas com conciliação e mediação, de maneira muito mais rápida, menos onerosa e menos desgastante para as partes” (PILAU SOBRINHO, ZIBETTI, SILVA, 2018, p. 47).

A partir disso, considerando os problemas enfrentados em relação à morosidade de processos, o Poder Judiciário caminha, atualmente, ao encontro de formas alternativas de resolução das demandas, por meio de instrumentos, sendo que alguns deles são a mediação e a

conciliação. E dentro desse raciocínio, insere-se toda filosofia daqueles que estão empenhados em mudanças razoáveis e factíveis para que outras perspectivas se abram para o povo em geral, graças à facilitação do acesso à Justiça, com a utilização de meios alternativos como, a conciliação, a mediação, com todos os desdobramentos deles derivados.

Contudo, segundo Adolfo Braga Neto, Presidente do Conselho de Administração do Instituto de Mediação e Arbitragem do Brasil (IMAB), o Brasil carece de falta de tradição em soluções negociadas de conflitos, levando a visões equivocadas dos institutos da conciliação, mediação e da arbitragem (WEINGÄRTNER, 2009, p 13).

As formas de resolução de conflitos, conciliação, mediação e a arbitragem possuem características próprias e são, especialmente, diferenciadas pela abordagem do conflito. O papel desempenhado pela conciliação, pela mediação e pela arbitragem dentro do sistema processual tradicional sempre foi muito tímido, talvez pela grande influência da cultura do litígio *“Hay una cultura del litigio enraizada en la sociedad actual, que debe ser revertida si deseamos una justicia mejor y una sociedad también mejor, y lo que permite clasificar a una cultura como litigiosa no es, propiamente, el numero de conflictos que presenta, sino la tendencia a resolver esos conflictos bajo la forma adversarial del litigio”* (HIGHTON, 1995, p. 24).

Os meios alternativos de solução de conflito, como a conciliação, a mediação, mostram-se vias promissoras no que tange ao auxílio da desburocratização da Justiça, ao mesmo tempo em que permitem um exercício democrático de cidadania.

Tanto a mediação como a conciliação têm por objetivo auxiliar pessoas a construir consenso sobre uma determinada desavença. A conciliação tem nos acordos o seu objetivo maior e, por vezes, único. A mediação não tem na construção de acordos a sua vocação primaz e, de maneira alguma, seu único objetivo.

A mediação é um método pacífico de resolução de conflito pelo qual terceira pessoa, imparcial e independente coordenará reuniões separadas ou conjuntas com as partes envolvidas. Este instrumento tem como objetivo estimular o diálogo cooperativo entre elas, no sentido de alcançar a resolução da controvérsia em que estão inseridas.

Segundo (MUÑOZ, 2009) é *“la mediación es un procedimiento a través del cual un tercero imparcial ayuda a las partes en conflicto a llegar a un acuerdo. La esencia de la mediación que refleja esta definición es la autonomía de la voluntad de las partes”*.

Tal mecanismo não tem como objetivo primordial o acordo, e sim a satisfação dos interesses, valores e necessidades das pessoas envolvidas na controvérsia. Na mediação as



peças passam, de forma emancipada e criativa, a resolver um conflito pelo diálogo cooperativo, na construção da solução.

Em relação ao princípio da conciliação, este guarda uma sintonia com o paradigma adversarial que rege toda disputa, recebendo partes voltadas a encontrar uma solução que melhor as atenda, sem se importar ou, ao menos, considerar o nível de satisfação que o outro lado venha a ter.

A conciliação esta deriva do latim “*conciliatione*”, evoca o significado de acordo, ajuste, harmonia, unir-se, etc. Por isso, a conciliação pode ser definida como um processo em que visa à solução do conflito, com auxílio de um terceiro imparcial. Confirmam o conceito (SALES; RABELO, 2009, p. 78), que “a conciliação é uma forma de resolução de controvérsia na relação de interesses administrada por um conciliador indicado ou aceito pelas partes”.

No Direito Brasileiro há existência de dois tipos de conciliação a judicial, disposta em lei, e a conciliação extrajudicial. Esses dois tipos de conciliação distinguem-se na medida em que, na primeira, “há a existência de um conciliador determinado pelo Poder Judiciário. Muitas vezes, o fato de a conciliação acontecer em sede de processo judicial acaba por ser marcada pelo formalismo e pelo tom adversal. Na conciliação extrajudicial, as partes desejam e elege um terceiro experiente para a condução do conflito” (SALES; RABELO, 2009, p. 79).

Contudo, independente do meio de resolução de conflito a ser utilizado, o intuito é resolver o litígio entre as partes, a partir da premissa que o Estado fornece mecanismos para criação de atores que possuem a função de mediar as relações de consumo, buscando equilibrar as partes e evitar ou, se for o caso, solucionar os conflitos de consumo.

Ademais, além da mediação e conciliação no âmbito judicial, apresenta-se como forma de resolução de conflito o balcão do consumidor com um projeto de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo.

4 BALCÃO DO CONSUMIDOR COMO FORMA ALTERNATIVA DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

O Balcão do Consumidor, programa de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, possui convênio com o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul e Prefeitura Municipal de Passo Fundo/ PROCON e foi inaugurado em 26 de

BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO COMO FORMA ALTERNATIVA DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

novembro de 2006, contando com a participação do Ministro do Superior Tribunal de Justiça Antônio Herman Benjamin.

Um dos pilares na atuação do Balcão do Consumidor é o de promover a educação para o consumo, através da parceria com os poderes públicos, assumindo a defesa dos consumidores, mantendo contato com fornecedores, para possibilitar o entendimento entre as partes envolvidas, sendo que, em não havendo um acordo é marcada uma audiência extrajudicial. A iniciativa possibilita a prática jurídica aos acadêmicos que atuam como estagiários, prestando atendimento, identificando os problemas, participando das audiências, buscando solução para o conflito através da mediação.

A experiência piloto do Balcão do Consumidor em Passo Fundo acabou sendo expandida para as cidades da região, onde a instituição possui campi e o funcionamento do curso de Direito. Usando o mesmo modelo de projeto de extensão, e firmando convênios com as prefeituras de cada município e o Ministério Público Estadual, foram criados Balcões nas cidades de Carazinho, Lagoa Vermelha, Casca, Soledade e Sarandi. Com exceção de Carazinho, nas demais o Balcão do Consumidor é o único órgão de atendimento à população que possui conflitos nas relações de consumo (SILVA, ROGERIO, 2016, p. 191).

Com isto, a Universidade de Passo Fundo está cumprindo o seu papel de instituição comunitária, engajada na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos da região, além de contribuir para a formação de seus acadêmicos, desenvolvendo atividades de pesquisa e extensão. (SILVA, ROGERIO, 2016, p. 191).

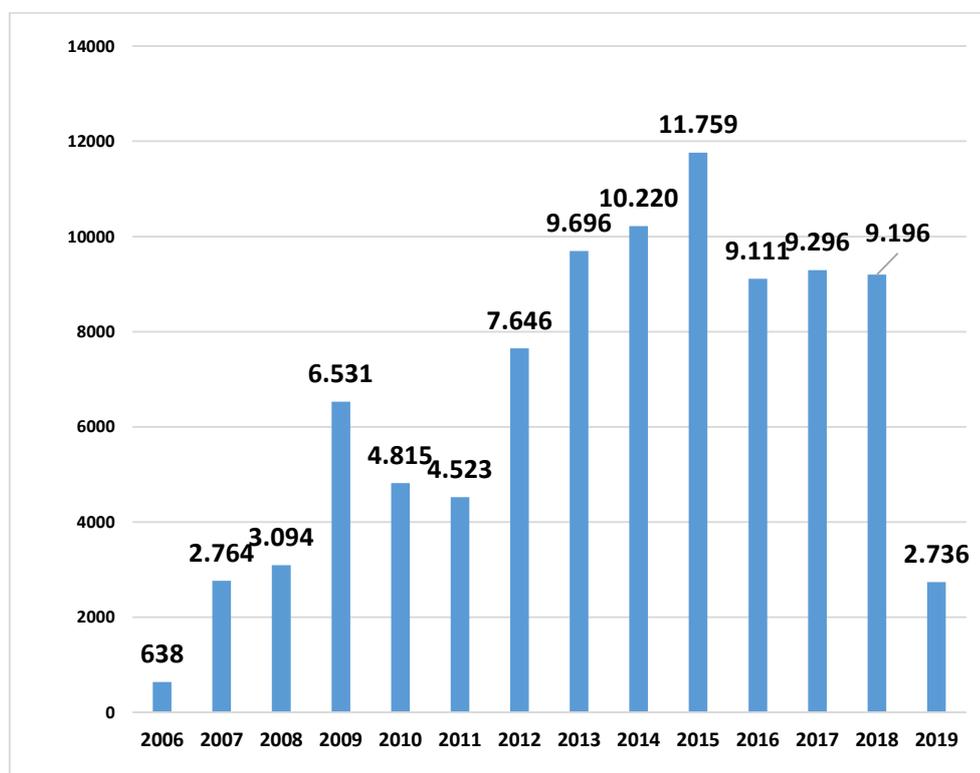
Registra-se que todo o atendimento ocorrido em Passo Fundo, integra a base de dados da Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (SENACON), desde setembro de 2013, quando o Balcão do Consumidor por intermédio de convênio assinado com o Procon Estadual, passou a operar o Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec). Com isto, o departamento de proteção e defesa do consumidor (DPDC) da Secretaria Nacional, tem o acesso de 193 quais são as empresas mais demandas em Passo Fundo e também os principais problemas registrados. (SILVA, ROGERIO, 2016, p. 191-192).

Na defesa dos direitos transindividuais, o Balcão do Consumidor encaminha as demandas ao Ministério Público Estadual, para promover a análise e propositura de ações coletivas. Desde sua fundação, o Balcão do Consumidor já atendeu mais de 90 mil consumidores, chegando à resolução dos conflitos em 70% dos casos e evitando que essas demandas cheguem ao Poder Judiciário. Uma das atividades promovidas pelo Balcão do



Consumidor é a educação para o consumo, a qual desenvolve-se da seguinte forma: palestras realizadas junto a Associação de Moradores do Município de Passo Fundo/RS, com entrega de cartilhas; seminários nacionais de Direito do Consumidor; programa na Rádio 99 UPF, com a série “Conheça seus Direitos”, trazendo dicas para as relações de consumo; (PILAU SOBRINHO; ETGES, 2012, p. 27).

Visualiza-se abaixo ao longo dos anos o crescimento das reclamações junto ao respectivo órgão.



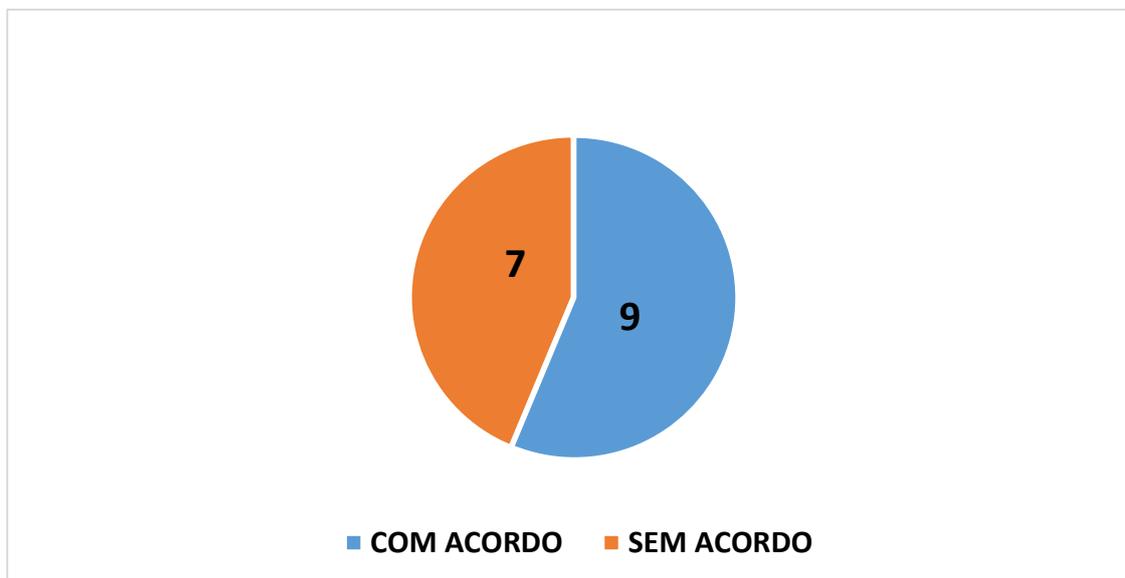
Fonte: Relatório do Balcão do Consumidor 2019.

Verifica-se que o Balcão do Consumidor, opera de forma extrajudicial, com atuação em caráter preventivo e educativo. O consumidor pode procurar o Balcão do Consumidor apenas para sanar uma dúvida como também após contato preliminar e restabelecido o conflito de consumo, o mesmo dirige-se ao Balcão para relato do caso, onde após registro da demanda junto ao Sistema Nacional de Informação do Consumidor (SINDEC) é efetivada a primeira tentativa de contato do estagiário do Balcão com o fornecedor, o que se concretiza via telefone, as quais possuem bastante êxito. Logo após e caso não possua solução no contato telefônico, é encaminhado ao endereço da reclamada uma Carta de Informação Preliminar – CIP, devendo a empresa se manifestar a respeito dos termos mencionados na notificação dentro do prazo

BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO COMO FORMA ALTERNATIVA DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

estabelecido pelo órgão. Em última instância o Balcão do Consumidor realiza audiência extrajudiciais, com intuito de promover o acordo entre as partes e evitar a demanda judicial.

No período de 02 janeiro até 31 de março de 2019 foram realizadas 16 audiências extrajudiciais, as quais 56% representam o acordo entre as partes, como percebe-se abaixo:



Fonte: Relatório do Balcão do Consumidor 2019

O Ministério Público Estadual participa do convênio recebendo as denúncias encaminhadas pelo Balcão do Consumidor, que apresentem dano coletivo aos consumidores. Em Passo Fundo os procedimentos são enviados para a promotoria especializada da defesa do consumidor, cabendo ao Promotor decidir pela abertura de inquérito, o ajuizamento de ação civil pública, a elaboração de termo de compromisso de conduta ou o arquivamento (SILVA, ROGERIO, 2016, p.189).

No âmbito estadual, tem-se o Programa Estadual de Defesa do Consumidor, conhecido como Procon, juntamente com o Conselho Estadual de Defesa do Consumidor (Cedecon) e, ainda, o Fundo Estadual de Defesa do Consumidor. Já em âmbito municipal, depara-se com o Programa Municipal de Defesa do Consumidor (Procon), o Conselho Municipal de Defesa do Consumidor (Condec) e o Fundo Municipal de Defesa dos Direitos do Consumidor (FMDDC). Ainda, pode-se citar o advento do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec) (PILAU SOBRINHO; SILVA, 2011, p. 8).

Dito isto, verifica-se que o acesso à justiça e a defesa do consumidor devem ser considerados ambos como direitos fundamentais, pois possuem previsão legal conforme estabelecem os artigos 5º, inciso XXXV e artigo 5º, inciso XXXVII não se limitando apenas ao



poder judiciário, [...] o acesso à Justiça não se limita a possibilitar o acesso aos tribunais, mas de viabilizar o acesso à ordem jurídica justa, a saber: (i) o direito à informação; (ii) o direito à adequação entre a ordem jurídica e a realidade socioeconômica do país; (iii) o direito ao acesso a uma justiça adequadamente organizada e formada por juízes inseridos na realidade social e comprometidos com o objetivo da realização da ordem jurídica justa; (iv) o direito a preordenação dos instrumentos processuais capazes de promover a objetiva tutela dos direitos; (v) o direito à remoção dos obstáculos que se anteponham ao acesso efetivo a uma justiça que tenha tais características (WATANABE, 1998, p.28).

Embora a cultura brasileira visa sempre a criação de conflitos, esses órgãos alternativos servem de aliados ao poder judiciário tendo em vista que o índice de resolução é elevado evitando assim que todos os conflitos adentrem o âmbito judicial.

CONCLUSÃO

A atual sociedade de consumo é um retrato dos avanços gerados através da Revolução Industrial, marco histórico que acarretou no crescimento do desenvolvimento científico e principalmente tecnológico, tendo como consequência, basicamente, um aumento econômico. Estes avanços acabaram permitindo o transporte mais rápido de produtos e informações e ainda de comunicação instantânea, os quais caracterizaram o fenômeno da globalização, uma vez que o acesso a produtos e serviços é muito mais fácil e rápido.

Os problemas gerados a partir do fenômeno da globalização e pelo consumo exacerbado indicam que no atual passo a humanidade caminha para uma situação irreversível. A evolução tecnológica, a globalização, internet e o desenvolvimento do comércio são ferramentas que aceleraram o processo de produção e utilização por parte dos consumidores, o que representa constante retirada da matéria-prima do meio ambiente. Essa extração de recursos naturais é motivo de preocupação considerando que muito dos recursos estão em fase de esgotamento.

Em razão da extrema globalização e capitalismo, excesso de oferta e em conjunto com a abundância dos produtos e serviços postos no mercado, acarretaram o aumento de estratégias e planos publicitários, visando com isso formas atrativas e sedutoras de consumo, aliada à facilitação do crédito.

BALCÃO DO CONSUMIDOR DA UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO COMO FORMA ALTERNATIVA DE RESOLUÇÃO DE CONFLITOS

Ademais, com a facilidade do crédito e as novas formas de comércio, como exemplo o e-commerce, ocasionou um aumento na demanda consumerista. A forte influência da mídia combinado com o descontrole leva o consumidor ao consumismo, e conseqüentemente a problemas nas relações de consumo.

Para tanto o presente trabalho buscou demonstrar como a mediação possui papel fundamental para os consumidores garantirem seus direitos, citando como exemplo o Balcão do Consumidor, projeto de extensão da Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, o qual é pioneiro junto ao Estado do Rio Grande do Sul, inclusive servindo de exemplo para outros estados, mesmo que no Brasil, a prática da mediação antes do novo Código de Processo Civil não era muito utilizado, fazendo que o consumidor de primeira ingressasse com ação judicial.

Ficou demonstrado que o balcão do consumidor, mais precisamente em relação ao projeto de extensão desenvolvido pela Faculdade de Direito da Universidade de Passo Fundo, é extremamente útil na resolução consensual de conflitos referentes ao consumo, isso porque no período de 02 janeiro até 31 de março de 2019 foram realizadas 16 audiências extrajudiciais, as quais 56% representam o acordo entre as partes, de acordo com o gráfico apresentado.

Ademais, percebe-se que a implementação da mediação e conciliação como formas extrajudiciais de solução de problemas decorrente das relações de consumo, são benéficas para toda a sociedade, diminuindo a demanda dos litigantes junto ao sistema judiciário, além de proporcionar uma economia as partes, tornando a justiça mais célere e eficaz.

Portanto, se analisarmos os números de atendimentos apresentados com o índice de resolução, verifica-se que a mediação e conciliação são extremamente positivas para ambas as partes, devendo ainda ser implementada junto aos órgãos de defesa do consumidor, trazendo mais uma vitória ao consumidor vulnerável desta relação.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2009.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **Sociedade de risco**: rumo a uma outra modernidade. Tradução de Sebastião Nascimento. São Paulo: ed. 34; 2010.



BUTZKE, Alindo; ZIEMBOWICZ, Giuliano; CERVI, Jacson Roberto. **O direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado**. Caxias do Sul: EducS - Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2006.

GREGORI, Maria Stella. **O novo paradigma para um capitalismo de consumo**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, n. 75, p. 247-257, 2010

HARVEY, D. **A Justiça Social e a Cidade**. São Paulo. Ed. Hucitec, 1980.

HIGHTON, Elena I.; ALVAREZ, Gladys S. **Mediación para resolver conflictos**. Buenos Aires: Ad Hoc, 1995. p. 24.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sébastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.

MUÑOZ, Helena Soletto. **La Mediación: Método de Resolución Alternativa de Conflictos en el Proceso Civil Español**, in Revista Eletrônica de Direito Processual, ano 3, vol. 3, janeiro a junho de 2009, disponível no site <http://www.redp.com.br>.

PEREIRA, Agostinho Oli Koppe.; PEREIRA, Henrique Mioranza Koppe; PEREIRA, Mariana Mioranza Koppe. **Hiperconsumo e a ética ambiental**. In: PEREIRA, Agostinho Oli Koppe. HORN, Luiz Fernando Del Rio. **Relações de consumo meio ambiente**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2009.

SALES, Lilia Maia de Moraes; RABELO, Mariana Dionísio de. A mediação de conflitos como efetivo contributo ao Poder Judiciário brasileiro. **Revista de Informação Legislativa**, v. 48, n. 192, p. 43-54, out./dez. 2011.

SCHMITT, Cristiano Heineck. **Consumidores Hipervulneráveis: a proteção do idoso no mercado de consumo**. São Paulo: Atlas, 2014.

SODRÉ, Marcelo Gomes. **Formação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

PILAU SOBRINHO, Liton Lanes; WUST ZIBETTI, Fabíola; SILVA, Rogerio da. **Balcão do Consumidor: Coletânea cidadania, mediação e conciliação**. Passo Fundo, 2018.

WATANABE, Kazuo. **Política Pública do Poder Judiciário Nacional para tratamento adequado dos conflitos de interesses**. PELUZO, Antônio Cezar; RICHA, Morgana de Almeida (Orgs.). **Conciliação e Mediação: Estruturação da Política Judiciária Nacional**. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

WEINGÄRTNER, Lis. **Mediação é escolha alternativa para resolução de conflitos**. Publicado na Revista Justilex, ano VII, no 76, abr. 2009, p. 13.