

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

Access to justice by applications that function as consensual means of resolving consumer conflicts in the digital environment

Fabrício Germano Alves*

Pedro Henrique da Mata Rodrigues Sousa**

Vinícius Wdson do Vale Rocha***

Resumo: Em meio à evolução e às diretrizes dos serviços em rede, as relações de consumo começaram a se desenvolver em ambientes eletrônicos. Nessa perspectiva, ao passo que as relações de consumo se formam, e que os produtos/serviços são adquiridos ou utilizados, as demandas dos consumidores urgem por uma resolução facilitada e eficaz. É nesse contexto que as plataformas e os aplicativos são considerados como mecanismos extrajudiciais de acesso à justiça para os consumidores em meio ao avanço da sociedade em rede. Desse modo, o âmago da questão transita em torno da relação entre a possibilidade de resolução de conflitos por via extrajudicial, a necessidade de desenvolvimento de aplicativos para tais fins e a responsabilidade das agências reguladoras sobre esta resolução. Objetiva-se, portanto, identificar os mecanismos digitais disponíveis para facilitar o acesso à justiça dos consumidores e considerar a responsabilização sobre o auxílio consumerista por parte de agências reguladoras. Para tanto, os procedimentos metodológicos utilizados para tal análise consistem em pesquisa aplicada, com abordagem qualitativa e hipotético-dedutiva, e objetivo descritivo. É de extrema necessidade incitar esta percepção pois não há alternativas suficientes para os consumidores resolverem seus pleitos, principalmente em contextos pandêmicos, ao considerar possíveis isolamentos e inoperâncias de unidades de proteção consumerista de natureza presencial e direta. À vista disso, conclui-se que é de fulcral importância promover o desenvolvimento de métodos alternativos virtuais de solução de conflitos em contraposição aos tradicionais de caráter presencial.

Palavras-chave: Acesso à justiça, Consumidor, Resolução de conflitos, Meios alternativos, Serviços em rede.

Abstract: Amid the evolution and guidelines of networked services, consumer relations have begun to develop in electronic environments. From this perspective, as consumer relations are formed, and products/services are purchased or used, consumer demands are urged for a facilitated and effective resolution. It is in this context that platforms and apps are considered as out-of-court mechanisms of access to justice for consumers amid the advancement of the network society. Thus, the crux of the issue transits around the relationship between the possibility of resolving conflicts out-of-court, the need to develop applications for such purposes and the responsibility of regulatory agencies over this resolution. The aim is, therefore, to identify the digital mechanisms available to facilitate consumers' access to justice and to consider the accountability of regulatory agencies for consumer assistance. To this end, the methodological procedures used for such analysis consist of applied research, with a qualitative and hypothetical-deductive approach, and a descriptive objective. It is extremely necessary to encourage this perception because there are not enough alternatives for consumers to solve their claims, especially in pandemic contexts, when considering possible isolation and inoperability of consumer protection units of a face-to-face and direct nature. In view of this, we conclude that it is of paramount importance to promote the development of virtual alternative methods of conflict resolution as opposed to the traditional face-to-face ones.

Keywords: Access to justice, Consumer, Conflict resolution, Alternative means, Networked services.

Recebido em: 20/05/2021

Aprovado em: 16/09/2021

Como citar este artigo:

ALVES, Fabrício Germano;
SOUSA, Pedro Henrique

da Mata Rodrigues;

ROCHA, Vinícius Wdson do

Vale. Acesso à justiça a

partir de aplicativos que

funcionam como meios

consensuais de solução

de conflitos de consumo

no ambiente digital.

Revista da Defensoria

Pública do Distrito

Federal, Brasília, vol. 3, n.

2, 2021, p. 17-34.

* Mestre em Direito (UFRN). Mestre e Doutor pela Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU) - Espanha. Professor da Graduação e Pós-Graduação (UFRN). Advogado.

** Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

*** Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

Introdução

Negligentes; omissas; insuficientes; obsoletas e defasadas. Estas são características que podem se relacionar, de modo intrínseco, a diversas instituições e órgãos presentes no contexto brasileiro. Assim, as conhecidas instituições zumbis (BAUMAN, 2001) se mantêm sem qualquer essência, direcionamento ou orientação, o que acarreta malefícios para as sociedades. De fato, tais organizações costumam ser a regra devido à sua displicência para com as necessidades dos cidadãos.

Nota-se, entretanto, que entes institucionais, de natureza pública ou privada, devem cumprir suas funções sociais, relativas ao bem-estar dos indivíduos, como um mecanismo que transcende a vontade individual e que integra as vontades coletivas com base em uma unidade. Desse modo, no que se refere, notadamente, ao acesso à justiça efetivo proporcionado aos consumidores, a situação tem se distanciado do conceito “zumbi”, desorientado e omissa, e se aproximado da eficácia devida.

Nessa perspectiva, avista-se que a união da tecnologia, utilizada para o bem comum, e da efetividade institucional, pública e privada, para com as premências do mercado de consumo, corrobora a legítima resolução de conflitos de modo extrajudicial, fato que desafoga os complexos judiciários e que auxilia os consumidores a resolverem suas demandas da maneira mais idônea possível.

Desse modo, merecem destaque os seguintes pontos da problemática jurídica norteadora da pesquisa: a) é possível a resolução de conflitos de natureza consumerista por meios extrajudiciais distintos da mediação, da arbitragem e da conciliação presencial? b) existe uma necessidade de desenvolvimento/utilização de aplicativos que facilitem o acesso à justiça dos consumidores a partir de soluções rápidas e eficientes para os seus pleitos? c) qual o papel dos entes que atuam na proteção dos consumidores nesse contexto?

A partir disso, salienta-se a importância da evolução tecnológica referente ao acesso à justiça dos consumidores influenciada, principalmente, pelo período pandêmico. Em fato, há de se perceber a premência pela proteção consumerista, uma vez que esta parcela do mercado de consumo, por diversas vezes, não possui os mecanismos essenciais para pleitear ações de natureza judicial; ou seja, meios extrajudiciais – diferentes da mediação, da arbitragem e da conciliação – a saber, aplicativos que contenham informações sobre processos, bem como que possibilitem a

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

abertura de demandas, ou esclarecimentos de dúvidas e a orientação sobre o consumo, são fulcrais para a adaptação do mercado consumerista à tecnologia.

Nesse panorama de auxílio aos consumidores, o principal intuito é relativo à identificação dos instrumentos digitais – meios alternativos – disponíveis para a solução de conflitos de consumo. Ademais, há de se considerar, ainda, se as instituições e os órgãos que atuam na defesa do consumidor possuem o dever de desenvolver e inserir de tais aplicativos no mercado de consumo com o fito de auxiliar no acesso à justiça dos consumidores.

Para tanto, no que tange ao método, utiliza-se a pesquisa de espécie teórico-prática, com objetivo descritivo, propícia à realidade investigada, com abordagem hipotético-dedutiva, aspecto qualitativo, no que diz respeito à análise dos benefícios que podem ser trazidos pela utilização de aplicativos, e natureza aplicada (voltada para problemas práticos). Mais ainda, adapta-se aos mecanismos de coleta de pesquisa padrão – leitura informativa/interpretativa por via da seleção de ideias (LAKATOS; MARCONI, 2017) – a partir de pesquisa doutrinária, literária jurídica e legislativa.

Por fim, ante a elaboração estrutural, divide-se em três tópicos. Em primeiro, a relação de consumo digital é estabelecida por meio dos seus elementos essenciais ao levar em consideração as diretrizes tecnológicas da sociedade conectada em rede. Em segundo, é de extrema importância dissertar sobre a necessidade de evolução extrajudicial do acesso à justiça por vias alternativas à mediação/arbitragem/conciliação para fins de adequação à sociedade em rede, notadamente em períodos pandêmicos de isolamento social. Em último, há de mencionar a funcionalidade de aplicativos e de serviços extrajudiciais já existentes para auxílio aos consumidores no que se refere ao efetivo, prático e rápido acesso à justiça.

1. Sociedade em rede e relação de consumo no ambiente digital

As relações de consumo do século XXI se situam, em grande parcela, no espectro da sociedade em rede. Tal contexto se refere ao modelo social ordenado por meio de redes constituintes de uma morfologia socioeconômica cuja difusão interfere nos processos de produção, de poder, de experiência e de cultura (CASTELLS, 2010).

As redes se remetem principalmente à comunicação eletrônica realizada mediante a internet. A utilização de tais meios para o intercâmbio de informações gerou uma revolução da

comunicação na última metade do século XX, que possibilitou a criação da infraestrutura necessária para a lógica abrangente das sociedades em rede experimentada no século XXI (CASTELLS, 2010).

O início desse processo pode ser observado, principalmente, no contexto da Segunda Guerra Mundial, a partir de avanços na microengenharia, como o primeiro computador programável e o transistor, fonte da microeletrônica e fundamental para a revolução tecnológica do século XX (CASTELLS, 2000).

Em seguida, também sob contexto de guerra, foi criada a internet. Na década de 1960, durante a Guerra Fria, a internet foi concebida, pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, como sistema de comunicação invulnerável a ataques nucleares. A partir da tecnologia da comunicação por intermédio de troca de pacotes, a rede se tornou independente de centros de controle, já que as mensagens localizavam seus próprios destinos por meio da internet (CASTELLS, 2000).

No fim da década de 1990, avanços nas telecomunicações e na computação, somados ao ampliado poder de comunicação da internet, geraram a mudança significativa consistente na transição dos microcomputadores descentralizados e autônomos à computação universal por meio de dispositivos de processamento de dados em formatos diversificados (CASTELLS, 2000).

Nesse estágio tecnológico, o poder de computação se distribui em uma rede que circunda servidores da *web* (rede) que utilizam os mesmos protocolos da internet, equipados com capacidade de acesso a servidores contidos em megacomputadores (CASTELLS, 2000). Em decorrência disso, a utilização da rede se generalizou para possibilitar a comunicação global vivenciada e as trocas comerciais facilmente realizáveis pela *web*.

A utilização da internet no contexto das sociedades em rede tem, como consequência, o exponencial crescimento no intercâmbio de dados por via do ambiente virtual, observável nas mais diversas esferas sociais (TAKASE, 2007).

No século XXI, portanto, nota-se que o consumidor tem a possibilidade de explorar uma quantidade significativa de produtos e de serviços por intermédio de aparelhos, de mecanismos e de ferramentas oriundas da revolução tecnológica (MOURA, 2018). Assim, percebe-se que as relações consumeristas anteriormente desenvolvidas no comércio tradicional passam a ter o ambiente virtual como protagonista entre os mecanismos de comercialização de produtos e de serviços.

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

Nesse viés, o comércio eletrônico, elemento fundamental das sociedades em rede no âmbito econômico, caracteriza-se como o conjunto de transações comerciais nas quais as partes interagem sem a necessidade de contato presencial, simultâneo e direto (KLEE, 2014).

Assim, é possível aduzir que o comércio eletrônico se caracteriza pelo complexo de operações comerciais desenvolvidas por intermédio de mecanismos eletrônicos ou informáticos, ou seja, é caracterizado pelo conjunto de transações realizadas por um adjutório de comunicações cibernéticas empreendidas com finalidades publicitárias ou contratuais entre fornecedores e consumidores (MIRANDA SERRANO, 2012).

Em vista disso, o comércio eletrônico, em contexto pandêmico, tende a representar uma opção às sociedades empresariais fornecedoras para que prossigam realizando transações comerciais e obtendo lucros, na medida em que os protocolos de segurança ensejam proibições aos consumidores de adquirir determinados produtos ou serviços de forma presencial (BERNARDES; SILVA; LIMA, 2020).

1.1 Definição da relação jurídica de consumo

No âmbito do comércio eletrônico, as relações jurídicas existentes entre fornecedores e consumidores podem ser denominadas como relações jurídicas de consumo. Entretanto, essas não possuem definição legislativa explícita no ordenamento jurídico brasileiro, de modo que a identificação de tais relações parte da verificação da existência de seus elementos, correspondentes aos subjetivos, aos objetivos e ao causal (MIRAGEM, 2019).

Os elementos subjetivos se remetem aos sujeitos da relação jurídica de consumo, quais sejam: o consumidor e o fornecedor, ao passo que os elementos objetivos se referem à identificação de produto ou de serviço (GARCIA, 2020).

Sob ponto primário, assim, o consumidor pode ser definido como um sujeito que adquire produtos ou serviços no mercado de consumo com a finalidade de preencher suas necessidades ou as de terceiros (LASARTE ÁLVAREZ, 2019).

Mais ainda, a coletividade de pessoas (artigo 2º, parágrafo único, CDC), as vítimas de fato do produto ou do serviço (artigo 17, CDC) e as pessoas expostas às práticas de publicidade (artigo 29, CDC), cobrança de dívidas, ofertas ou contratos de adesão, por exemplo, também são

consideradas consumidoras. Nesse contexto, são denominadas como consumidoras indiretas ou equiparadas (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2019).

Sob secundário, fornecedor, por sua vez, pode ser identificado a partir da atividade econômica desenvolvida por este (LARROSA AMANTE, 2011), relativa à “produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços” (BRASIL, 1990).

Nesse viés, podem ser fornecedores quaisquer pessoas jurídicas de Direito Privado ou de Direito Público, nacionais ou estrangeiras, a depender da atividade por elas desenvolvidas, desde que mediante remuneração, com habitualidade e formalismo (TARTUCE; NEVES, 2020).

Sob terciário, o produto se refere a qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, consumível ou inconsumível (STOCO, 2014; MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2019). De fato, o produto corresponde a tudo que pode ser utilizado ou adquirido para satisfação das necessidades do consumidor (LIMEIRA, 2017), dentro do universo da legalidade.

Sob quaternário, o serviço corresponde a qualquer atividade realizada mediante remuneração no mercado de consumo, excetuadas aquelas decorrentes de relações jurídicas trabalhistas, conforme o artigo 3º, §2º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990).

Sob ponto terminante, o elemento causal se refere à destinação final dada ao produto ou ao serviço quando adquirido ou utilizado, havendo três teorias para sua caracterização: a) *maximalista*, que aduz que o consumidor é o destinatário final independentemente do uso que der ao produto ou serviço, se pessoal ou profissional (NETTO, 2020); b) *finalista*, que reconhece a existência da relação de consumo somente quando o destinatário final utilizar o produto ou serviço para satisfação pessoal, sem empregá-lo em atividades lucrativas ou produtivas e c) *finalista atenuada*, adotada pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), a qual aduz que haverá relação de consumo quando o destinatário final utilizar o produto/serviço para satisfação pessoal ou para fins profissionais, mas desde que haja vulnerabilidade desse no caso concreto (MARQUES; BENJAMIN; MIRAGEM, 2019).

1.2 Relação de consumo em cenário pandêmico

Em contrapartida, em conjectura de pandemia, na qual o consumidor, em razão dos protocolos de contenção da contaminação viral, deixa de ter a possibilidade de adquirir certos

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

produtos ou serviços de modo presencial – especialmente onde se adota *lockdown* –, as relações jurídicas de consumo no comércio eletrônico ganham relevo (COSTA, 2020).

Assim, em consideração ao maior fluxo de transações eletrônicas de produtos/serviços, a presença estatal na regulação e na fiscalização das relações de consumo é essencial. A realização de tais atividades pelo Estado se dá, em grande parcela, por intermédio de agências reguladoras, que consistem em órgãos da Administração indireta com função de regulação e/ou fiscalização da matéria específica a que se relacionam (DI PIETRO, 2019). A atividade desempenhada pelas agências reguladoras se dirige à regulação, que se refere a qualquer forma de organização da atividade econômica por meio de intervenção, de normatização ou de fiscalização pelo exercício do poder de polícia (SALOMÃO FILHO, 2002).

Exemplo de agência reguladora essencial à ordenação e à fiscalização sobre importante setor da economia para proteção dos consumidores pode ser visualizado na ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações), que tem como competências a outorga de serviços de telecomunicações, a edição de atos regulatórios para o setor, a fiscalização sobre o cumprimento de obrigações pelos prestadores de serviços de telecomunicações e a solução de conflitos oriundos da atividade das prestadoras de serviços do setor (SCORSIM, 2015).

No mesmo viés, os órgãos de defesa do consumidor também ganham especial relevo diante do contexto pandêmico. Porém, a presença dos consumidores às suas sedes e a intensificação das transações realizadas em ambiente virtual exigem meios alternativos para garantia do acesso à justiça e à efetiva proteção do consumidor em suas relações jurídicas entabuladas no contexto do comércio eletrônico.

2. Acesso à justiça e meios consensuais de solução de conflitos

Na conjuntura de intensificação das relações jurídicas consumeristas no comércio eletrônico, sobretudo em período de pandemia, a resolução de conflitos envolvendo consumidores e fornecedores deve ser analisada a partir da compreensão do conceito de acesso à justiça e das principais modalidades de resolução consensual de conflitos existentes no ordenamento jurídico brasileiro.

Por essa razão, no presente tópico, analisar-se-á o conceito de acesso à justiça e os principais meios consensuais de solução de conflitos, com a finalidade de embasar a compreensão acerca das possibilidades ofertadas ao consumidor de efetivar os seus direitos.

Entre os diversos meios pacíficos e extrajudiciais de resolução de conflitos, abordar-se-á a mediação, a conciliação e a arbitragem, que consistem em relevantes modalidades de solução de lides sem a necessidade de intervenção do Poder Judiciário, cujas características usualmente abrangem a morosidade dos provimentos úteis às partes.

2.1 Acesso à justiça

O direito fundamental do acesso à justiça se situa no plano constitucional, o que se observa da leitura do artigo 5º, XXXV da Constituição Federal, que aduz: “a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito” (BRASIL, 1988). Porém, a apreciação pelo Poder Judiciário não se cinge à observância da existência concreta de lesão ou ameaça ao direito, sendo mais correto afirmar que não se excluirá da apreciação do Poder Judiciário alegação de ameaça ou lesão a direito (DIDIER JR., 2017).

Nessa perspectiva, caso um consumidor, diante de uma situação concreta que lhe gere incômodo, tenha interesse em obter provimento jurisdicional que lhe proporcione a reparação do dano sofrido, poderá acessar o Poder Judiciário, ainda que não haja, de fato, a configuração da lesão ou da ameaça a direito, bastando a existência de alegação de tais fenômenos para a apreciação pelo órgão julgador.

A partir da ampliação da complexidade das sociedades liberais, os direitos fundamentais passaram a adquirir novos significados, sendo interpretados não somente em seu aspecto negativo – dever de abstenção estatal –, mas em seu aspecto positivo, reclamando postura ativa do Estado (CAPPELETTI, GARTH, 1988; RODRIGUES, 1994).

Tal mudança gerou a concepção de que o acesso à justiça se trata de direito fundamental individual e coletivo, que reclama atuação estatal para sua efetivação, consistindo em requisito fundamental de um sistema jurídico com pretensão de garantia do direito de todos, e não apenas de proclamação abstrata de tais direitos (CAPPELETTI, GARTH, 1988).

Não basta a previsão legal ou constitucional meramente formal de que a todos é garantido o acesso à justiça, sem que haja atuação estatal no sentido de evitar que o exercício do direito se subjugue às condições financeiras daqueles que buscam o Poder Judiciário. Desse modo, o

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

substancial acesso à justiça se traduz em um direito que reclama atuação estatal para viabilizar a apreciação de demandas judiciais de todo e qualquer cidadão, independentemente das condições socioeconômicas do eventual postulante.

Contudo, o direito de acesso à justiça não se restringe ao recurso ao Poder Judiciário diante da presença de lesão ou ameaça a direito, já que pode ser concretizado a partir da atuação de diversas instituições estatais e não estatais, havendo vários mecanismos que podem atuar na solução pacífica de conflitos e no reconhecimento de direitos individuais ou coletivos (SADEK, 2014).

2.2 Meios consensuais de solução de conflitos

Entre os possíveis meios de solução de conflitos tradicionais, pode-se citar a mediação, a conciliação e a arbitragem. No âmbito extrajudicial, tais modalidades de resolução de conflitos tendem a possibilitar mais celeridade e satisfação dos interesses de ambas as partes, quando comparadas à intervenção direta do Poder Judiciário.

Além disso, os referidos meios de solução de conflitos tendem a atender, com maior grau de correspondência, os interesses das partes da lide, na medida em que a resolução do caso concreto depende, direta ou indiretamente, do consentimento mútuo dos sujeitos da relação jurídica em discussão.

Em primeiro lugar, a mediação pode ser compreendida como meio de resolução pacífica de conflitos na qual um terceiro intervém na negociação entre as partes (DIDIER JR., 2017), que preferencialmente tenham vínculos anteriores à lide, com a finalidade de facilitar a essas o alcance da autocomposição (NEVES, 2016). No entanto, o objetivo principal da mediação não é o acordo em si, mas a desconstrução do conflito a partir da compreensão de suas causas, razão pela qual o mediador não propõe soluções possíveis aos negociantes (ALMEIDA, 2015).

Observa-se, portanto, que o mediador atua como facilitador do efetivo diálogo entre as partes, com o objetivo de identificar e desconstruir os óbices que obstaculizam o alcance da autocomposição, sem intervir por intermédio de sugestões de solução para a composição do conflito. Por essa razão, é de bom alvitre a utilização de tal meio de resolução de conflitos quando as partes já tenham vínculos anteriores à relação jurídica em discussão.

Em segundo lugar, a conciliação, por outro lado, consiste em meio de solução pacífica de conflitos na qual o terceiro interventor busca, como objetivo principal, o acordo mútuo entre as

partes para solução da lide (CALMON, 2007). Assim, intervém de modo mais ativo, quando em comparação à mediação, à medida que propõe soluções possíveis aos litigantes (DIDIER JR., 2017), com o afã de acomodar os interesses conflitantes e de alcançar o acordo (NADER; TODD, 1978; LEITE, 2003).

Evidencia-se, portanto, que, a depender do vínculo existente entre os litigantes no momento da resolução de conflito, deve-se optar ou pela mediação ou pela conciliação. Esta deve ocorrer quando não houver vínculo intersubjetivo anterior à lide, e aquela deve ser utilizada quando for verificada a existência de vínculo entre os sujeitos anterior à relação jurídica posta em discussão.

Em terceiro lugar, a arbitragem se trata de meio de resolução de conflitos no qual as partes, com o intento de evitar a morosidade inerente ao Poder Judiciário, elegem consensualmente um árbitro, que pode ser qualquer pessoa capaz, desde que imparcial (CUNHA, 2020) para julgar a lide.

As partes devem ser capazes, e os litígios devem se relacionar a direitos patrimoniais disponíveis (CARMONA, 2004). Ademais, o consenso em submeter o conflito à arbitragem deve ocorrer mediante convenção arbitral, e as partes podem dispor sobre o direito aplicável à solução do litígio (CAHALI, 2011).

Em conjectura pandêmica, os processos de resolução pacífica de conflitos podem ocorrer virtualmente. Todavia, os meios ora demonstrados não esgotam as possibilidades de tratamento de lides consumeristas.

Nesse contexto, as agências reguladoras e os órgãos de proteção ao consumidor exercem importante função na recepção de denúncias e na defesa de direitos consumeristas, o que, no contexto pandêmico e com a ascensão do comércio eletrônico, deve ocorrer por meios alternativos às tradicionais visitas presenciais às sedes de tais órgãos, sujeitas a horários predeterminados de estabelecimento e ao risco de contaminação.

3. Aplicativo da Anatel e Consumidor.gov como instrumentos digitais de acesso à justiça

A tecnologia e o desenvolvimento da internet acarretaram a diferenciação das relações entre pessoas, sejam elas físicas ou jurídicas; ou seja, novos formatos de negócios, novas relações

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

trabalhistas, civis e públicas possibilitaram a aproximação entre os indivíduos (LIMA; OLIVEIRA, 2019).

No enfoque consumerista, como não poderia ser diferente devido à importância do mercado de consumo, nota-se que a aquisição de produtos/serviços ficou ainda mais facilitada em virtude do uso constante de plataformas de comércio eletrônico, muitas vezes, por meio de aplicativos de computador ou de *smartphones*. De fato, os serviços em rede promoveram o progresso das relações de consumo, mas o acesso à justiça relativo a tais demandas consumeristas ainda não foi beneficiado da maneira cabal.

Decerto, evidencia-se que o acesso à justiça é de extrema importância para as sociedades que almejam o desenvolvimento, isto é, a eficiência de um processo judicial, de modo material e temporal, é uma premissa constante dos indivíduos.

Contudo, por inúmeras vezes, as causas pelas quais os consumidores buscam o Poder Judiciário são de fácil resolução a depender da boa vontade dos fornecedores, pois são relativas, normalmente, à cobrança indevida, à publicidade enganosa, aos produtos com vício, ao descumprimento contratual etc., que dificilmente precisariam de uma ação do Poder Judiciário se as sociedades empresariais, parte da relação de consumo, fossem eficazes e benevolentes na resolução de conflitos por meios alternativos ao sistema judicial.

Nesse panorama, avista-se que não somente o ambiente judicial é responsável por resolver demandas dos consumidores, pois, em variação aos meios tradicionais extrajudiciais – conciliação, mediação e arbitragem –, novas técnicas de resolução de conflitos passaram a ser adotadas por sociedades empresarias mais modernas, por institutos públicos de suporte aos consumidores e por agências reguladoras que buscam dirimir problemas com mais facilidade, uma vez que o principal objetivo é a eficiência quanto à resolução de conflitos.

Embora uma justiça mais rápida não seja, necessariamente, uma justiça mais justa (SANTOS, 2014), a efetividade referente à resolução das demandas consumeristas precisa ser considerada como mecanismo de acesso adequado à justiça, ou seja, quanto mais facilitado for o processo de abertura da reclamação e de incitação aos fornecedores para solucionar o problema, mais eficiente poderá ser a resolução de conflitos no âmbito extrajudicial.

É justamente nesse espectro de necessidade pela eficiência e pela resolução urgente de conflitos que reside a possibilidade de utilização de aplicativos para fins de aproximação, material e temporal, dos consumidores à justiça. Diante disso, percebe-se que a virtualidade dos

instrumentos disponíveis aos consumidores, assim como a educação para uso destes mecanismos, facilitou a deliberação acerca dos pleitos consumeristas.

Assim, há de se analisar os formatos extrajudiciais de agências e de institutos, desenvolvidos por via de aplicativos, que têm facilitado a aproximação dos consumidores e dos fornecedores; estes, por um lado, resolvem as demandas consumeristas com mais eficácia com o fito de demonstrar preocupação e complacência; aqueles, por outro, têm seus pleitos esclarecidos e, muitas vezes, atendidos devido à agilidade de determinados mecanismos extrajudiciais.

Por isso, é plenamente possível analisar a utilização desses instrumentos para fins de adequação geral ao mercado de consumo, seja para uso de sociedades empresariais, seja para uso dos demais institutos de proteção ao consumidor.

De modo específico, para pleitos relacionados a serviços de telefonia, a ANATEL – Agência Nacional de Telecomunicações –, além de ser a primeira agência reguladora a ser instalada no Brasil, criada pela Lei nº 9.472/1997, foi a primeira agência a desenvolver um aplicativo adequado e eficiente capaz de aproximar os consumidores e os fornecedores para auxiliar na resolução de conflitos por via extrajudicial (ANATEL CONSUMIDOR).

A Anatel Consumidor é um serviço de caráter público que fornece, ao consumidor, o direito de registrar, ante a própria Anatel, as reclamações em desfavor das operadoras, bem como os pedidos de orientação à Agência, além de sugestões, opiniões e denúncias quanto à exploração ilegal ou irregular de serviços voltados às telecomunicações.

Sob primeiro aspecto, no que se refere à disponibilidade de informações, o aplicativo da agência reguladora fornece os dados estatísticos da satisfação dos consumidores proporcionada pelas sociedades empresariais operadoras, a rapidez que estas resolvem os problemas, a quantidade de reclamações respondidas também por elas e os percentuais daquelas que recebem menos reclamações.

Sob segundo, no que se refere aos termos de uso, o aplicativo disponibiliza toda a sua funcionalidade, a sua responsabilidade e o caminho que os dados das reclamações dos usuários irão percorrer até chegar as operadoras para que as demandas sejam facilitadas e bem estruturadas.

Sob terceiro, no que alude à inserção da demanda propriamente dita perante a plataforma, há quatro campos autoexplicativos: a) *reclamação*, a fim de registrar demanda que não foi resolvida com a ouvidoria da própria operadora; b) *pedido de informação*, cujo objetivo é esclarecer dúvidas dos consumidores sobre os seus direitos ou obrigações; c) *sugestão*, para fins de apresentação de ideias relacionadas aos serviços de telecomunicações ou à atuação da Anatel;

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

d) *denúncia*, cujo intuito é referente à delação de entidades não outorgadas, de equipamentos sem certificado, de irregularidades técnicas, entre outros.

À vista disso, posteriormente à solicitação de algum dos serviços oferecidos pelo aplicativo – reclamação, informação, sugestão ou denúncia –, o consumidor pode acompanhar a situação e, em um prazo de até dez dias úteis, recebe a resposta da operadora solicitada.

De fato, o maior intuito desta plataforma é facilitar a resolução de conflitos e auxiliar os consumidores no que se refere ao acesso à justiça eficiente e adequado para as mais diversas situações relacionadas aos serviços competentes à Anatel.

Nesse viés, é perceptível a importância que um aplicativo como este possui dentro do mercado de consumo; por um lado, o consumidor fica satisfeito pela resolução e pelo esclarecimento da sua demanda e, por outro, o fornecedor proporciona respostas e explicações por via extrajudicial.

De modo geral, ademais, para pleitos relacionados a outras espécies de necessidades e de demandas dos consumidores, existe a plataforma Consumidor.gov, que é uma iniciativa da SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor –, em cujos consumidores podem submeter seus dados, seus documentos e suas reclamações sobre as mais variadas demandas sem preocupações quanto à segurança, uma vez que o aplicativo é fiscalizado pelos Procons, Ministérios Públicos, Defensorias Públicas e por outros órgãos relacionados aos consumidores.

O Consumidor.gov é um serviço de caráter público concentrado na resolução de conflitos consumeristas de modo extrajudicial sem a necessidade da intermediação de terceiros. Mais ainda, o serviço fornece ao Estado informações essenciais quanto à elaboração e à implementação de ações governamentais e de políticas públicas acerca da defesa e da proteção dos consumidores. Ademais, estabelece e incentiva a competitividade entre os fornecedores, os quais se voltam ao melhoramento da qualidade dos seus serviços (CONSUMIDOR.GOV).

Sob primeiro aspecto, quanto à disponibilidade de informações, a plataforma explica o seu próprio funcionamento e se baseia nas diretrizes da transparência e do controle social sobre as demandas dos consumidores, bem como da essencialidade de disponibilização informativa adequada para o pleno andamento do mercado de consumo e, ainda, dispõe que o acesso à informação e ao esclarecimento potencializam o processo decisório dos consumidores e o aprimoramento das relações de consumo.

Sob segundo, quanto aos termos de uso, o aplicativo esclarece suas funções e assume a responsabilidade relativa à Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e Segurança Pública por meio da cooperação técnica dos demais órgãos de proteção consumerista com o fito de atuar na resolução de conflitos por via extrajudicial.

Sob terceiro, quanto à inserção da demanda propriamente dita ante a plataforma, com o objetivo de ampliar o atendimento, de incentivar a competitividade, de aprimorar as políticas públicas e de fortalecer a promoção da transparência, os consumidores podem pesquisar o fornecedor e cadastrar suas reclamações na plataforma; posteriormente, o referido fornecedor tem um prazo de dez dias para responder a demanda, para esclarecer dúvidas e para solucionar o conflito (CONSUMIDOR.GOV).

Portanto, é notória a importância de tais aplicativos e plataformas digitais para a resolução de pleitos consumeristas por vias extrajudiciais, uma vez que a eficiência e a agilidade norteiam a situação, ou seja, tais serviços públicos podem ser o caminho adequado e mais eficaz para influenciar as sociedades empresariais sobre o futuro dos serviços em rede.

A título de analogia, em tempos de pandemia, serviços virtuais como estes podem ser os principais aliados dos consumidores que buscam solucionar os seus pleitos da mais pacífica forma possível sem adentrar na esfera judicial.

De fato, em primeiro lugar, devido ao isolamento social, os serviços essenciais de proteção aos consumidores, por diversas vezes, podem estar fechados e/ou inoperantes, o que demonstra a importância dos serviços em rede realizado por aplicativos.

Em segundo lugar, mesmo em tempos normais de convivência social sanitária adequada, a disponibilização de mecanismos de resolução de conflitos por meio da internet se torna extremamente útil, tanto no que se refere à dificuldade, como também à locomoção e à morosidade dos serviços de caráter judicial.

4. Conclusão

As relações jurídicas de consumo, no contexto do século XXI, estão associadas às diretrizes da sociedade em rede, ou seja, as diversas ações de aquisição/utilização de produtos/serviços estão relacionadas a mecanismos digitais, notadamente a plataformas de comércio eletrônico. Tal situação, acarretada pelo avanço da tecnologia e da internet, ocorrente, de modo constante, no

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

cenário de consumo, uma vez que os instrumentos digitais facilitaram a aproximação dos consumidores e dos fornecedores.

Nesse viés, evidencia-se que as relações consumeristas, antes concretizadas exclusivamente em ambiente presencial, têm se desenvolvido nas plataformas de comércio eletrônico, em decorrência, sobretudo, da incomplexidade que elas ocorrem; assim, o comércio eletrônico é justamente o conjunto de transações comerciais em cujas partes interagem sem a necessidade de contato direto, simultâneo e presencial, ou seja, de modo simples e descomplicado.

É exatamente nesse quadro de sociedade em rede que a relação de consumo é caracterizada por meio da identificação dos seus elementos essenciais, quais sejam, consumidor, fornecedor, produto, serviço e destinação final.

De fato, o consumidor é o sujeito de mercado que adquire produtos e serviços com o fito de suprir suas necessidades a partir da utilização como usuário finalístico, para uso próprio; o fornecedor, por sua vez, é responsável por ofertas produtos/serviços no mercado de consumo para satisfazer as premências dos consumidores; o produto, mais ainda, é qualquer bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, consumível ou inconsumível; o serviço, por último, refere-se a qualquer atividade realizada mediante remuneração no mercado de consumo.

Em contexto pandêmico, percebe-se que as relações jurídicas de consumo podem se estabelecer em ambiente digital praticamente sem qualquer prejuízo. Entretanto, a partir do momento que demandas consumeristas precisam ser solucionadas, o meio virtual utilizado para a concretização das transações algumas vezes falha, e o ambiente presencial resta como principal mecanismo de acesso à justiça, por meio da mediação, da conciliação e da arbitragem.

Em contrapartida, os instrumentos mencionados não são capazes de tratar todas as demandas dos consumidores. Nesse espectro, os órgãos de proteção ao consumidor e as agências reguladoras são responsáveis pela recepção de denúncias e pela defesa de direitos consumeristas, o que, em contexto pandêmico, e com a ascensão do comércio eletrônico, precisa ocorrer por vias alternativas às convencionais visitas presenciais aos núcleos de tais órgãos, sujeitas a horários preestabelecidos e à possibilidade de contaminação.

À vista disso, prescrua-se a importância do investimento nos aplicativos de acesso à justiça, os quais são responsáveis por receber demandas dos consumidores e por promover a aproximação entre os consumidores e os fornecedores com o objetivo de resolver conflitos de modo eficiente e facilitado.

Decerto, a Agência Nacional de Telecomunicações deu um importante passo quanto à proteção dos consumidores, sobre a resolução dos seus pleitos, quando desenvolveu o aplicativo “Anatel Consumidor”, cujas funções vão, desde a sugestão dos consumidores sobre condutas dos fornecedores, à denúncia destes para fins de promoção do acesso eficiente à justiça, principalmente em períodos pandêmicos.

Mais ainda, de responsabilidade fiscalizatória da Secretária Nacional do Consumidor, a plataforma “Consumidor.gov” é um serviço de natureza pública focado na resolução de conflitos dos consumidores de modo extrajudicial sem a necessidade da intermediação de terceiros, por meio, apenas, da inserção de demandas no *site* e da aproximação destes consumidores aos fornecedores.

Neste aspecto, é de essencial importância promover o desenvolvimento de plataformas e de aplicativos que facilitem o acesso à justiça dos consumidores, uma vez que, se o comércio eletrônico é realizado em ambientes virtuais, não existe impedimento de fomentar a resolução de conflitos também de modo eficaz e facilitado por meio de instrumentos digitais.

Referências

ALMEIDA, Tânia. Mediação e conciliação: dois paradigmas distintos, duas práticas diversas. *In*: SOUZA, Luciane Moessa de. *Mediação de Conflitos: novo paradigma de acesso à justiça*. 2. ed. Santa Cruz do Sul: Essere nel Mondo, 2015.

ANATEL CONSUMIDOR. *Suporte de atendimento aos usuários*. Disponível em: <https://apps.anatel.gov.br/>. Acesso em: 13 maio 2021.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BENJAMIN, Antônio Herman V.; MARQUES, Cláudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. *Manual de direito do consumidor*. 9. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2020.

BERNARDES, Juliana Reis; SILVA, Bárbara Letícia de Sousa; LIMA, Thaís Cristina Ferreira. Os impactos financeiros da COVID-19 nos negócios. *Revista da FAESF*, Florianópolis, v. 4, jun. 2020.

BRASIL. [Constituição (1988)]. *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 15 maio 2021.

BRASIL. *Código de Defesa do Consumidor*. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 15 maio 2021.

CAHALI, Francisco José. *Curso de arbitragem*. São Paulo: RT, 2011.

Acesso à justiça a partir de aplicativos que funcionam como meios consensuais de solução de conflitos de consumo no ambiente digital

CALMON, Petrônio. *Fundamentos da mediação e da conciliação*. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 8. ed. Berkeley: Paz e Terra, 2000.

CONSUMIDOR.GOV. Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/principal/?1620915712163>. Acesso em: 13 maio 2021.

MOURA, Roldão Alves de. Consumo ou consumismo: uma necessidade humana? *Revista da Faculdade de Direito de São Bernardo do Campo*, São Paulo, v. 24, n. 1, 2018.

CASTELLS, Manuel. *The Information Age: Economy Society and Culture*. Volume I: The Rise of the Network Society. 2. ed. Wiley-Blackwell: Malden, 2010.

COSTA, Aline Raquel Gonçalves da. Impacto da pandemia da COVID-19 no Brasil e uma leitura dos seus reflexos na aceleração abrupta à adesão ao mundo virtual e das relações jurídicas sociais e comerciais nacionais e internacionais. In: REZENDE, Elcio Nacur; FREITAS, Josiane Oliveira de; LOURENÇO, Larissa Cristina; LOPES, Isabela Bernardes Moreira (coord.). *Implicações Jurídicas da Covid-19*. Belo Horizonte: ARRAES Editores, 2020.

CUNHA, Leonardo Carneiro da. Justiça multiportas: mediação, conciliação e arbitragem no Brasil. *Revista ANNEP de Direito Processual*, v. 1, n. 1, p. 140-162, jan./jun. 2020.

CARMONA, Carlos Alberto. *Arbitragem e processo: um comentário à Lei nº 9.307/96*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

DI PIETRO, Maria Sylvia Zanella. *Direito administrativo*. 32. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

DIDIER, JR., Fredie. *Curso de direito processual civil: introdução ao direito processual civil, parte geral e processo de conhecimento*. 19. ed. Salvador: JusPodivm, 2017.

CAPPELLETTI, Mauro; GARTH, Bryant. *Acesso à justiça*. Porto Alegre: Fabris, 1988.

GARCIA, Leonardo Medeiros de. *Direito do consumidor: Lei nº 8.078/1990*. 14. ed. Salvador: Juspodivm, 2020.

KLEE, Antonia Espíndola Longoni. *Comércio eletrônico*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos da metodologia científica*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LARROSA AMANTE, Miguel Ángel. *Derecho de consumo: protección legal del consumidor*. Madrid: El Derecho, 2011.

LASARTE ÁLVAREZ, Carlos. *Manual sobre protección de consumidores y usuarios*. 11. ed. Madrid: Dykinson, 2019.

LEITE, Ângela Moreira. *Em tempo de conciliação*. Niterói: EdUFF, 2003.

LIMA, Alexandre Bannwart de Machado; OLIVEIRA, Gustavo Henrique de. Acesso à justiça e o impacto de novas tecnologias na sua efetivação. *Revista de Cidadania e Acesso à Justiça*. v. 5. n. 1. p. 69-87. Goiânia, jan./jun. 2019.

LIMEIRA, Tânia Maria Vidigal. *Comportamento do consumidor brasileiro*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIN, Antônio Herman de V; MIRAGEM, Bruno. *Comentários ao Código de Defesa do Consumidor*. 6. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MIRAGEM, Bruno. *Curso de Direito do Consumidor*. 8. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2019.

MIRANDA SERRANO, Luis María. La contratación a distância de consumo: TRDCU y Directiva 2011/83/UE. In: MIRANDA SERRANO, Luis María; PAGADOR LÓPEZ, Javier (coord.). *Derecho (privado) de los consumidores*. Madrid: Marcial Pons, 2012.

NADER, Laura; TODD, Harry F. *The disputing processes: law in ten societies*. Nova York: Columbia University Press, 1978.

NETTO, Felipe Braga. *Manual de Direito do Consumidor à luz da jurisprudência do STJ*. 15. ed. Salvador: Juspodivm, 2020.

NEVES, Daniel Amorim Assumpção. *Manual de Direito Processual Civil*. 8. ed. Salvador: JusPodivm, 2016. v. único.

RODRIGUES, Horácio Wanderlei. *Acesso à justiça no direito processual brasileiro*. São Paulo: Acadêmica, 1994.

SADEK, Maria Tereza Aina. Acesso à Justiça: um direito e seus obstáculos. *Revista USP*, São Paulo, n. 101, p. 55-66, mar./abr./maio. 2014.

SALOMÃO FILHO, Calixto. Regulação e desenvolvimento. In: SALOMÃO FILHO, Calixto (coord.). *Regulação e desenvolvimento*. São Paulo: Malheiros, 2002.

SCORSIN, Ericson Meister. Competência da ANATEL para outorgar e fiscalizar os serviços de acesso à internet: limites e possibilidades. *Revista de Direito Administrativo Contemporâneo*, v. 21, nov./dez. 2015.

STOCO, Rui. *Tratado de responsabilidade civil*. 10. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014.

TAKASE, Sonia. *Impacto da revolução tecnológica na dimensão humana da informação*. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Ciência da Informação e Documentação, Universidade de Brasília, 2007.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim. *Manual de Direito do Consumidor: direito material e processual*. 9. ed. São Paulo: Método, 2020.