

O Boletim de Conjuntura (BOCA) publica ensaios, artigos de revisão, artigos teóricos e empíricos, resenhas e vídeos relacionados às temáticas de políticas públicas.

O periódico tem como escopo a publicação de trabalhos inéditos e originais, nacionais ou internacionais que versem sobre Políticas Públicas, resultantes de pesquisas científicas e reflexões teóricas e empíricas.

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.



BOLETIM DE CONJUNTURA

BOCA

Ano VI | Volume 17 | Nº 50 | Boa Vista | 2024

<http://www.ioles.com.br/boca>

ISSN: 2675-1488

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10790904>



A PLATAFORMA ‘CONSUMIDOR.GOV.BR’ NA PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES BRASILEIROS EM TEMPOS DA PANDEMIA DA COVID-19

Francisco das Chagas Bezerra Neto¹

Paulo Henriques da Fonseca²

Resumo

Com a pandemia da COVID-19 e a implementação de intervenções não-farmacológicas, os hábitos de consumo mudaram, ocasionando um aumento de compras online e o um estímulo ao uso do “Consumidor.gov.br”. Diante disso, a pesquisa objetiva investigar as reclamações na plataforma “Consumidor.gov.br” com intuito de mensurar a resolução dos conflitos no período da pandemia da COVID-19 – 2º semestre de 2019 e 1º semestre de 2022. Neste sentido, para atingir os resultados pretendidos, o presente exposto utilizou a pesquisa explicativa, o método dedutivo, que parte dos pressupostos gerais aos específicos, ou seja, da legislação consumerista até a prática de resolução de conflitos na plataforma em tela; a natureza qualitativa e o emprego de documentação indireta, sobretudo, as técnicas documentais (legislação e dados secundários do site) e bibliográficas (doutrina e artigos). No período analisado, percebeu-se um total de 3.290.218 denúncias; 3.249.902 respostas; 1.614.439 respostas não avaliadas e 961.005 denúncias resolvidas. Nesse espaço de tempo, averiguou-se que 98,77% das denúncias foram respondidas; 49,07% das respostas não foram avaliadas e 29,21% das denúncias foram resolvidas. Portanto, conclui-se que o site “Consumidor.gov.br” é parcialmente eficaz para resolução de conflitos extrajudiciais – confirmando a hipótese levantada. Contudo, diante da baixa resolução de denúncias e do alto número de respostas não avaliadas, nota-se que a plataforma “Consumidor.gov.br” carece de maior efetividade na resolução de demandas.

Palavras-chave: COVID-19; Direito do Consumidor; Resolução de Conflitos Online.

Abstract

With the COVID-19 pandemic and the implementation of non-pharmacological interventions, consumer habits have changed, causing an increase in online purchases and stimulating the use of "Consumidor.gov.br". In view of this, the research aims to investigate complaints on the "Consumidor.gov.br" platform in order to measure the resolution of conflicts during the COVID-19 pandemic - 2nd half of 2019 and 1st half of 2022. In order to achieve the desired results, this study used explanatory research, the deductive method, which starts from general assumptions to specific ones, that is, from consumer legislation to the practice of conflict resolution on the platform in question; the qualitative nature and the use of indirect documentation, especially documentary techniques (legislation and secondary data from the website) and bibliographic techniques (doctrine and articles). In the period analyzed, we found a total of 3,290,218 complaints; 3,249,902 responses; 1,614,439 unassessed responses and 961,005 resolved complaints. In this time frame, 98.77% of the complaints were answered; 49.07% of the responses were not evaluated and 29.21% of the complaints were resolved. It can therefore be concluded that the "Consumidor.gov.br" website is partially effective in resolving out-of-court disputes - confirming the hypothesis raised. However, given the low number of complaints resolved and the high number of responses not evaluated, it can be seen that the "Consumidor.gov.br" platform needs to be more effective in resolving complaints.

Keywords: Consumer Law; COVID-19; Online Dispute Resolution.

¹ Mestrando em Direito pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: chagasneto237@gmail.com

² Professor da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). Doutor em Direito. E-mail: profpepaulo@gmail.com



INTRODUÇÃO

O tema da pesquisa em testilha é a solução de conflitos na seara consumerista em âmbito pátrio durante o interregno de 2019 a 2022, com o fulcro de averiguar as singularidades e complexidade dos mecanismos extrajudiciais como ferramenta basilar de resolução de conflito.

Para tanto, é indispensável pontuar que ao final do século XIX e início do século XX, com o advento do desenvolvimento industrial e tecnológico, os consumidores buscaram uma proteção legal contra os produtores. Como a produção se baseava em termos quantitativos, os aspectos qualitativos dos produtos foram colocados em segundo plano, prejudicando os consumidores. Com efeito, surgiram em vários países legislações isoladas de proteção ao consumidor – sem os princípios gerais estabelecidos posteriormente na década de 1960. No Brasil, a proteção ao consumidor fora preconizada no art. 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988, no qual obrigasse o Estado promover, na forma da lei, a defesa do consumidor, bem como ordenou a criação do Código de Defesa do Consumidor, promulgado em 1990.

O Código de Defesa do Consumidor de 1990 tem inúmeros elementos fundamentais para proteção aos tutelados, sendo o princípio da hipossuficiência – que estabelece que a relação entre consumidor e produtor é desigual, contrariando a igualdade da legislação civil – o mais importante deles. Nesse viés, a solução de conflitos no direito consumerista ocorre judicial ou extrajudicialmente, sendo os métodos Alternativos de Resolução de Conflitos ou Alternative Dispute Resolution (ADR), da qual a Resolução de Disputas Online ou Online Dispute Resolution (ODR) é espécie do gênero. Destaca-se neste último a plataforma “Consumidor.gov.br” – que se insere ecossistema protetivo do consumidor no Brasil.

Contudo, ao final de 2019, a comunidade global passou a conviver com inimigo invisível: o vírus Sars-Cov-2, causador da pandemia da Doença do Coronavírus 2019 - COVID-19 (MARANHÃO; SENHORAS, 2020). Com efeito, a alteração no *modus operandi* da economia preconizou mudanças na legislação consumerista e estimulou o uso de plataformas como “Consumidor.gov.br” para resolução de conflitos. Contudo, tal estímulo ao uso do “Consumidor.gov.br” durante a pandemia da COVID-19 foi eficaz para resolução de conflitos?

Para responder o problema lançado, o presente trabalho objetiva investigar as reclamações na plataforma “Consumidor.gov.br” com intuito de mensurar a resolução dos conflitos no período da pandemia da COVID-19 – 2º semestre de 2019 ao 1º semestre de 2022.

Neste sentido, para atingir os resultados pretendidos, o presente estudo qualifica-se como uma revisão de literatura acerca do uso da plataforma “Consumidor.gov.br” usará a pesquisa explicativa,



propósito identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência de fenômenos. Não obstante, aplica-se a pesquisa o método dedutivo que parte dos pressupostos gerais aos específicos, ou seja, da legislação consumerista até a prática de resolução de conflitos na plataforma em tela. Ademais, a abordagem qualitativa empregada na pesquisa busca averiguar, através da bibliografia e da pesquisa documentais, a eficácia da tutela dos direitos consumeristas através da resolução de conflitos, interpretando os dados obtidos e as técnicas documental (legislação internacional/nacional e dados secundários) e bibliográfica (doutrina, monografias, dissertações e artigos científicos internacional/nacional).

A pesquisa divise-se em duas grandes seções: o referencial teórico-conceitual e o resultado e discussão da pesquisa. Na primeira seção, apresenta-se um amplo estudo da arte sobre o desenvolvimento da tutela consumerista, os principais elementos do direito do consumidor brasileiro, bem como a proteção desses direitos através das plataformas digitais e o advento da pandemia da COVID-19, que estimulou o uso dessas plataformas. Na segunda seção, apresenta-se os resultados da pesquisa e a discussão a partir do que foi elaborado no referencial e outros estudos sobre o tema.

Assim, buscar-se-á analisar e interpretar os institutos do Direito do Consumidor, sobretudo, aos fincados na Carta Suprema de 1988, como forma de verificar a viabilidade da implementação de instrumentos em busca de assegurar os direitos basilares dos consumidores, pautada na defesa dos direitos basilares e no respeito ao bem-estar do consumidor.

Desta feita, constata-se a relevância de analisar e caracterizar os mecanismos extrajudiciais que atuaram com veemência durante a pandemia da Covid-19. Sendo assim, a pesquisa em testilha visa averiguar, por intermédio de estatística, a análise da efetividade e limitações dos mecanismos extrajudiciais de práticas abusivas no âmbito consumerista.

O DESENVOLVIMENTO DA TUTELA CONSUMERISTA

O direito do consumidor surge a partir da ruptura do ideário contratual clássico que se apoiava basicamente na autonomia da vontade e na força obrigatória dos contratos – *pacta sunt servanda* (SOUZA *et al.*, 2018). Tal ruptura tem origem na Revolução Industrial, que ocasionou um deslocamento de pessoas para o espaço urbano e conseqüentemente o aumento de consumo, entre produtos, serviços, e com isso surge a característica da unilateralidade da produção. Segundo Almeida (2020, p. 47):

O novel sociedade de consumo substituiu a característica da bilateralidade de produção em que as partes contratantes discutiam cláusulas contratuais e eventual matéria-prima que seria utilizada na confecção de determinado produto pela unilateralidade da produção na qual uma das



partes, o fornecedor, seria o responsável exclusivo por ditar os caminhos da relação de consumo, sem a participação efetiva, e, em regra, do consumidor.

Devido ao aumento das demandas consumeristas e com ocorrência de novas características que permeia as relações, os fornecedores e empresários passaram a prezar mais pela quantidade do produto, deixando assim em contrapartida a qualidade de tais produtos, que adentravam as casas dos consumidores, ocasionando assim em uma vulnerabilidade do consumidor: o lucro passa a ser a parte mais relevante, restando assim ao consumidor produtos sem a qualidade que deveria possuir o investimento, e a consequência para tais condutas desonestas, foram os crescentes números de conflitos.

Diante desse cenário, criaram-se algumas ligas ou associações de defesa dos consumidores, ainda que incipientes e de atuação apenas regional (SOUZA *et al.*, 2018). Contudo, mesmo com as limitações das ligas e associações regionais, a luta em defesa do consumidor culminou na aprovação, nos Estados Unidos, da Lei de Alimentação e Medicamentos (a Pure Food and Drug Act – PFDA), em 1906, e da Lei de Inspeção da Carne (Meat Inspection Act), em 1907 (CAVALIERI FILHO, 2019). Posteriormente, em 1914, nos Estados Unidos da América, criou-se a Federal Trade Commission (FTC) através do Federal Trade Commission Act of 1914, com objetivo de proteger a competição de mercado (UNITED STATES, 1914). Tal proteção se baseava principalmente no arcabouço estabelecido pelo Sherman Antitrust Act of 1890.

Embora os regramentos anteriores objetivassem a proteção dos consumidores, eles não estabeleciam princípios ou regras gerais sobre o Direito do Consumidor.

A mudança de paradigma na tutela dos direitos consumeristas aconteceu na década de 1960, quando o John Fitzgerald Kennedy, pressionado por protestos, estabeleceu, de maneira sintética, os direitos básicos dos consumidores: à saúde, à segurança, à informação, à escolha e a serem ouvidos (CAVALIERI FILHO, 2019). Nos anos seguintes, a atuação da Comissão de Direitos Humanos das Nações Unidas reconheceu os direitos básicos ao consumidor, tais como à segurança, à integridade física, à intimidade, à honra, à informação e o respeito à dignidade humana dos consumidores (CAVALIERI FILHO, 2019). Com efeito, a Resolução do Conselho da Comunidade Europeia, de 14/4/1975, que dividiu os direitos dos consumidores em cinco categorias: à proteção da saúde e da segurança; à proteção dos interesses econômicos; direito à reparação dos prejuízos; direito à informação e à educação; direito à representação (CAVALIERI FILHO, 2019). Nesse período, criou-se a United States Consumer Product Safety Commission com intuito estabelecer as principais regras de padronização e segurança do consumidor (UNITED STATES, 1972).

Conforme Antunes (2023, p. 14) surgiram regulações posteriores acerca do direito consumerista, merecendo destaque as legislações:



da Espanha ("Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios" de 2007), da França ("Code de la Consommation" de 2016), da Itália ("Codice del Consumo" de 2005), da Áustria ("Konsumentenschutzgesetz" de 1979), da Inglaterra ("Consumer Rights Act" de 2015)*, da Alemanha (através de um conjunto de leis setoriais, designadamente a "AGB-Gesetz", a "Verbraucher kreditgesetz" e o reconhecimento da figura do consumidor no próprio "BGB") ou dos Estados Unidos da América (incluindo os "Federal Food, Drug, and Cosmetic Act", "Fair Debt Collection Practices Act", "Fair Credit Reporting Act" e "Gramm-Leach-Bliley Act").

No Brasil, a Carta Política vigente é considerada como uma Constituição Cidadã e uma norma que visa à igualdade entre ambos os sujeitos, no que tange ao conteúdo desse estudo, ou seja, o estudo do código de defesa do consumidor a referida norma em seu dispositivo 5º, inciso XXXII, rege da seguinte maneira:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor (BRASIL, 1988).

Ainda ao que se refere à proteção do consumidor é de mister importância dispor acerca do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, uma vez que o mesmo em seu art. 48 tratou “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor” (BRASIL, 1988). De modo, que foi através do ADCT que foi determinada a produção de lei que regesse sobre a temática envolvendo as relações de consumo e posteriormente a proteção do vulnerável, por meio de lei. Diante da alusão do art. 48, do ADCT, criou-se a Lei 8.078, de 11 de setembro de 1990 – o Código de Defesa do Consumidor (SOUZA *et al.*, 2018)

PRINCIPAIS ELEMENTOS DO DIREITO DO CONSUMIDOR BRASILEIRO

O Código de Defesa do Consumidor de 1990 (CDC/1990) aponta elementos que compõem a relação jurídica de consumo no que tange ao direito do consumidor, primeiramente se conceitua relação jurídica como sendo as situações em que na relação jurídica é possível constatar a presença tanto do consumidor como do fornecedor dos serviços ou produtos, segundo entendimento de Almeida (2020, p. 85), relação de consumo se define, “A relação jurídica de consumo, que poderá ser definida como aquela relação firmada entre consumidor e fornecedor, a qual possui como objeto a aquisição de um produto ou a contratação de um serviço”.



Nesse sentido, é necessário ainda abordar que tais relações se dividem em elementos subjetivos, que se relaciona com os sujeitos que se encontram presentes na relação e por outro lado o elemento objetivo, este por sua vez, tange ao objeto ao qual se apresenta na relação de consumo.

Primeiramente, destaca-se os elementos subjetivos, estes por sua vez se dividem em consumidor e fornecedor, quanto ao conceito de consumidor isso se encontra na própria literalidade da Lei nº 8.078/1990, precisamente em seu art. 2º, que preconiza: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990).

Nesta senda, cabe ressaltar que é destinatário final nas palavras de Lisboa (2012), adotando a teoria maximalista, frisando o aspecto econômico-jurídico, como sendo o ser humano que adquire o produto ou serviço para uso pessoal ou profissional, mas que não possua o fulcro de revenda.

Quanto ao conceito de fornecedor o mesmo também se encontra presente na retrocitada lei, desta feita no seu art. 3º. Segundo Lisboa (2012, p. 98):

Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica que, no exercício da sua atividade profissional econômica, lança produtos ou serviços no mercado de consumo. A atividade profissional da pessoa física ou jurídica deve ser, em qualquer hipótese, o meio para que o consumidor proceda à aquisição do produto ou do serviço.

Através da leitura do referido conceito, observa-se que fornecedor possui uma definição ampla, sendo assim gênero, de modo que são considerados como todos aqueles que atuam em etapas distintas do processo, não sendo assim apenas o fabricante originário, mas todos aqueles que contribuíram, sendo os intermediários para realização do produto ou serviço. Ademais, é notório que todo fornecedor possui custos, tanto para a produção, como para o fornecimento destes produtos e serviços (CARNAÚBA, 2013).

Ao que se refere aos elementos objetivos, pode-se citar os produtos e os serviços. De acordo com o CDC/1990, em seu art. 3º, § 1º “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial” (BRASIL, 1990).

Sendo assim, produto é qualquer bem que resulte de uma atividade econômica, sendo assim um conceito amplo que pode abranger qualquer bem imóvel ou móvel, imaterial ou material. Por sua vez, serviço, encontra seu conceito no art. 3º, § 2º, e pode ser compreendido como sendo qualquer atividade que oferecida no mercado de consumo, mediante uma remuneração, possuindo assim a onerosidade como sendo uma de suas características básicas.

Merece destaque, outrossim, o princípio da vulnerabilidade, consagrado no art. 4º, I, da Lei nº8.078/90 – CDC/1990, visto pela doutrina como sendo o mais importante na relação consumerista.



O referido princípio reconhece a fragilidade do consumidor na relação de consumo, ou seja, ele reconhece o consumidor com o seno à parte vulnerável, fazendo com que a relação de consumo esteja em desequilíbrio.

É notório que com a disposição presente em tal dispositivo o legislador reconheceu a vulnerabilidade do consumidor perante as relações de consumo, com isso o consumidor é tido como sendo a parte mais frágil de tal relação. Buscando assim, uma justificativa para o artigo, o autor Almeida (2020, p. 341), preconiza a respeito da temática da seguinte maneira:

Com a constatação de que a relação de consumo é extremamente desigual, imprescindível foi buscar instrumentos jurídicos para tentar reequilibrar os negócios firmados entre consumidor e fornecedor, sendo o reconhecimento da presunção de vulnerabilidade do consumidor o princípio norteador da igualdade material entre os sujeitos do mercado de consumo.

Com tais ideais expostos, observa-se que o consumidor pode ser de fato a parte hipossuficiente da relação de consumo foi imprescindível que o mesmo fosse assim protegido, sendo assim vista como uma presunção absoluta, uma vez que o consumidor não necessita comprovar sua situação para que esteja comprovado o desequilíbrio presente no mercado de consumo.

Ademais ainda pode-se destacar que a vulnerabilidade pode ser tanto uma situação provisória, como permanente, coletiva ou apenas individual, mas que ambas as hipóteses fragilizam e desequilibram a relação de consumo e com isso o consumidor (BENJAMIN; MARQUES; BESSA, 2017).

Nesse ponto, contudo é necessário fazer uma distinção entre a condição de vulnerabilidade e a condição de hipossuficiência, uma vez que se tratam de conceitos distintos, tendo em vista, segundo a lei consumerista, todos os consumidores são vulneráveis, entretanto nem todo consumidor é hipossuficiente, como já exposto em linhas pretéritas o significado de vulnerabilidade, passa-se agora analisar a definição de hipossuficiência, segundo o entendimento de Tartuce e Neves (2021, p. 50).

[...] o conceito de hipossuficiência vai além do sentido literal das expressões *pobre* ou *sem recursos*, aplicáveis nos casos de concessão dos benefícios da justiça gratuita, no campo processual. O conceito de hipossuficiência consumerista é mais amplo, devendo ser apreciado pelo aplicador do direito caso a caso, no sentido de reconhecer a disparidade técnica ou informacional, diante de uma situação de desconhecimento, conforme reconhece a melhor doutrina e jurisprudência.

Diante disso, compreende-se enquanto a vulnerabilidade se refere a aspectos materiais, a hipossuficiência, condiz com os aspectos processuais da relação, tendo assim uma presunção relativa,



diferentemente da primeira, fomentando as hipóteses de inversão do ônus da prova, este presente no art. 6º, VIII, da supramencionada legislação.

A RESOLUÇÃO DE CONFLITOS CONSUMERITAS ATRAVÉS DE PLATAFORMAS DIGITAIS

O estabelecimento dos direitos do consumidor, como direito material, serviu para respaldar o direito processual decorrente dele. Conforme Tartuce e Neves (2023), a opção do legislador por previsões esparsas, deixando ausente a criação de uma estrutura procedimental para a tutela individual do consumidor, é evidente no art. 83 do CDC, que garante, para a defesa do direito do consumidor a utilização das normas processuais estabelecidas para o direito civil.

Com efeito, destaca Tartuce e Neves (2023) que a solução de conflitos no direito consumerista se situa tanto na esfera judicial quanto na esfera extrajudicial com os métodos Alternativos de Resolução de Conflitos ou Alternative Dispute Resolution (ADR). Segundo Marques (2019), os ADRs formam o sistema multiportas - “multi-door courthouse”- no qual o preconiza que os conflitos sejam resolvidos pela “porta” mais adequada, seja ela autocompositiva ou heterocompositiva, e sendo o processo judicial apenas uma das várias disponíveis.

O início do século XXI é marcado pelo avanço das tecnologias da informação e comunicação. Tais avanços afetam o cotidiano e comportamento dos indivíduos. Vê-se então o uso de aplicativos nos mais diversos ramos empresariais, de serviços, de produção e de entretenimento, permitindo a expansão da tecnologia, a qual invade todas as esferas de socialização no ambiente digital. Nesse sentido, a globalização também permite que ocorra o acesso imediato a inúmeras informações e formas de comunicação. A internet permite que isso ocorra, onde com poucos gestos e comandos é possível conectar pessoas do mundo inteiro em um piscar de olhos (FORNASIER; SCHWEDE, 2021). Sugiram, então, o sistema de resolução de conflitos on-line.

Segundo Rule (2020), que Resolução de Disputas Online ou Online Dispute Resolution (ODR) surgiu no final da década de 1990 como um desdobramento da ADR. Com efeito, tanto a estrutura judicial como extrajudicial se adaptaram a realidade das ODR (RULE, 2020).

De acordo Arbix (2015), o ODR podem ser compreendidas com um duplo sentido, de modo que se estacam como sendo uma tendência tida como consolidada e como um novo meio para solucionar demandas apresentadas pela coletividade e por fim o autor corrobora tratando que o ODR é indispensável para que se promova um acesso mais eficaz e célere ao acesso à justiça.



Mecanismos de ODR eficientes podem ser cruciais para órgãos judiciais, dando vazão a uma pluralidade de demandas similares cuja equação por formas tradicionais de resolução de disputa não seria possível – assim, a absorção de mecanismos de ODR por órgãos judiciais é imprescindível para viabilizar mais acesso à justiça. (ARBIX, 2015, p. 13).

De acordo com Nascimento Júnior (2017) hodiernamente é possível constatar a presença de quatro meios de sistemas ODR, o primeiro trata-se do sistema online que é responsável por reivindicações financeiras; o segundo rege sobre o sistema de arbitragem online, ao qual possui duas maneiras a obrigatória e vinculativa, quanto ao terceiro meio é o sistema de serviços online de Ombudsman o mesmo é responsável pela prestação de serviços aos quais dentre elas de destacam as críticas e reclamações a empresas e instituições, além disto, o quarto meio apresentado pelo autor condiz ao sistema de mediação online, nesse caso é dividida em dois tipos automatizada e assistida.

Com isso, a plataforma “Consumidor.gov.br” se insere nesse ecossistema protetivo do consumidor no Brasil. Sendo assim, esta plataforma visa superar os obstáculos que se colocam no caminho do acesso à justiça e das soluções.

Esta ferramenta tecnológica tem fundamento jurídico no art. 4º, V, da Lei nº 8.078/1990 e no art. 7º, I, II e III do Decreto nº 7.963/2013. A Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça (SENACON) foi a responsável pela gestão, disponibilização e manutenção do site “Consumidor.gov.br”, além da articulação desse com demais órgãos e entidades do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, as quais há um suporte mútuo entre estas (FIGUEIREDO, 2019).

A promoção dessas plataformas é de extrema importância para a resolução de conflitos de forma rápida e econômica. A possibilidade de resolver um litígio sem ter que esperar anos para uma resposta já é o principal ponto de defesa no uso dessas ferramentas.

O Consumidor.gov.br tem as seguintes premissas: a) a transparência e o controle social são imprescindíveis à efetividade dos direitos dos consumidores; b) as informações apresentadas pelos consumidores são estratégicas para gestão e execução de políticas públicas de defesa do consumidor; e c) o acesso à informação potencializa o poder de escolha dos consumidores e contribui para o aprimoramento das relações de consumo (FIGUEIREDO, 2019, p. 116).

A plataforma do “Consumidor.gov.br” possui como objetivo permitir o fácil acesso do consumidor a reclamar por seus direitos, tem por meta a transparência, com a comunicação direta entre consumidor e o fornecedor do produto ou serviço, promovendo a possibilidade de conciliação entre as partes sem que haja processo. Além disso, há também a promoção do acesso à informação, o que mantém o consumidor alerta, proporcionando que este faça a melhor escolha.



Os principais objetivos da plataforma, por sua vez, são: a) ampliar o atendimento aos consumidores; b) incentivar a competitividade pela melhoria da qualidade de produtos, serviços e do relacionamento entre consumidores e empresas; c) aprimorar as políticas de prevenção de condutas que violem os direitos do consumidor; e d) fortalecer a promoção da transparência nas relações de consumo (FIGUEIREDO, 2019, p. 117).

Para maior segurança do consumidor, a participação das empresas no “Consumidor.gov.br” apenas é permitida àquelas que aderem formalmente ao serviço, com a assinatura do termo, comprometendo-se a conhecer, analisar e investir todos os esforços para resolução dos conflitos. Já quanto ao consumidor, este pode ser pessoa física ou microempreendedor individual, a qual deve se identificar adequadamente e comprometer-se a apresentar todos os seus dados e informações no tocante à reclamação (FIGUEIREDO, 2019).

Para fazer uma reclamação no site do consumidor é fácil e cômoda. Basta acessar ao site, fazer seu cadastro e fazer a reclamação contra a empresa que também deve estar cadastrada. Na reclamação deve ser relatado tudo o que ocorreu com o fornecimento do produto ou serviço, podendo ainda haver a inclusão de arquivos que comprove o que foi afirmado.

Feito o registro, inicia-se a contagem do prazo de 10 (dez) dias para manifestação da empresa. Durante esse interregno, esta tem a oportunidade de interagir com o consumidor antes da postagem de sua resposta final. Por fim, após a manifestação da acionada, o consumidor tem 20 (vinte) dias para comentar a resposta recebida, classificar a demanda como resolvida ou não resolvida, e indicar seu nível de satisfação com o atendimento recebido, atribuindo a este uma nota entre 1 e 5, sendo 1 o mais baixo e 5 o mais alto (FIGUEIREDO, 2019, p. 117).

725

Em alguns casos, mesmo com a denúncia no site do consumidor, há a possibilidade de a demanda ainda não ter sido resolvida após a reclamação acima mencionada. Neste caso, o consumidor pode ainda recorrer diretamente aos canais tradicionais de atendimento presencial, como é o caso do Procon, da Defensoria Pública e do Ministério Público, além, é claro, do Poder Judiciário. Vários Tribunais dos Estados brasileiros, inclusive do Distrito Federal, já firmaram acordos de cooperação com a Senacon para se utilizar da plataforma “Consumidor.gov.br” (FIGUEIREDO, 2019).

Na I Jornada de Prevenção e Solução Extrajudicial de Litígios do Conselho da Justiça Federal foi aprovado o Enunciado 50, o qual determina que ocorra o estímulo tanto do Poder Público quanto dos fornecedores e sociedade ao uso da plataforma “Consumidor.gov.br”, pois é um mecanismo que é apto à solução de conflitos de consumo de forma extrajudicial, além de ser rápido e eficiente. Destarte, a plataforma “Consumidor.gov.br” foi premiada no 20º Concurso Inovação na Gestão Pública, o qual ocorreu no ano de 2015, na área temática “atendimento ao cidadão”. Esta ferramenta ainda foi homenageada na Edição XII, do ano de 2015, do prêmio INNOVARE, na categoria premiação especial (FIGUEIREDO, 2019).



Desta forma, observa-se que a plataforma “Consumidor.gov.br” se insere nesse ecossistema protetivo do consumidor no Brasil. Sendo assim, esta plataforma visa superar os obstáculos que se colocam no caminho do acesso à justiça e das soluções e, ainda mais, é um instrumento importante no ordenamento pátrio, visto que protege o consumidor e promove a desburocratização das demandas judiciais, com o desafogamento do Poder Público, tornando-se um procedimento célere que promove a solução do litígio e a satisfação da demanda.

A TUTELA CONSUMERISTA NA PANDEMIA DA COVID-19

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde declarava que oficialmente a pandemia do SARS-CoV-2, um vírus surgido na cidade de Wuhan, província de Hubei, China, nos últimos meses de 2019. Devido à alta transmissibilidade do SARS-CoV-2, agente etiológico da COVID-19, acrescida de ausência prévia de imunidade, bem como inexistência de vacina eficaz, depreende-se que o crescimento dos casos foi exponencial. Neste sentido, Garcia e Duarte (2020) apontam a importância de intervenções não farmacológicas (INF), visando inibir a transmissão entre humanos, desacelerar o espalhamento da doença, e conseqüentemente diminuir e postergar o pico de ocorrência na curva epidêmica, evitando o contágio e a mortalidade decorrentes da nova doença.

Em decorrência das intervenções não farmacológicas, o e-commerce atingiu o apogeu no período da pandemia. Conforme NIQ Ebit (2022), as vendas on-line no Brasil tiveram variação de 27% entre 2021 e 2020 – atingindo o valor total de R\$ 182,7 bilhões (2021) ante R\$ 143,6 bilhões (2020). Em pesquisa realizada na Califórnia, Fairlie e Fossen (2022) destacaram que com a pandemia, as vendas on-line aumentaram cerca de 180%. Com efeito, muitos países editaram normas acerca da proteção ao consumidor durante a pandemia, pois, tratava-se de uma nova realidade que havia sido vivenciada apenas no período da Gripe Espanhola – 1918 a 1920 (FRECKELTON QC, 2020).

Nos Estados Unidos, o editou o COVID-19 Consumer Protection Act of the 2021, que transferiu para Federal Trade Commission (FTC) a competência de instituir penalidades civis para entidades envolvidas em práticas comerciais enganosas associadas ao tratamento, cura, prevenção, mitigação ou diagnóstico da COVID-19 (UNITED STATES, 2021). Nos países da União Europeia, firmou-se o Common Position COVID-19 acerca das fraudes e práticas comerciais desleais nas plataformas digitais durante a pandemia (EUROPEAN UNION, 2020). Ambos os regramentos tinham como objetivo criar um consumo consciência mediante informações sobre a pandemia nos produtos, bem como coibir práticas de mercado que prejudicassem os consumidores.



No Brasil, a Lei nº 14.010, de 10 de junho de 2020, suspendeu o art. 49, do CDC/1990 que versava sobre o cancelamento no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio na hipótese de entrega domiciliar (delivery) de produtos perecíveis ou de consumo imediato e de medicamentos (BRASIL, 2020).

Assim, anota Vita (2021) que a conciliação e o bom senso continuam sendo a melhor forma de resolução de conflitos, principalmente no cenário atual em que situações inesperadas surgem diariamente. Nesse viés, a procura de atendimento extrajudicial para resolução do conflito é sempre uma alternativa ponderável, sobretudo, a partir de plataformas online como “Consumidor.gov.br”.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Levantamentos bibliográficos exploratórios sobre o tema das vulnerabilidades jurídicas de consumidores e usuários de serviços públicos em sede de direito material e acesso formal à solução de problemas trazem um repertório adequado para o entendimento propedêutico do tema de pesquisa.

Para além da perspectiva teórica, fez indispensável análise de dados estatísticos, e quais as melhores formas de aprimorá-los, de modo a efetivar o direito de petição, constitucionalmente previsto, a ampliar o rol de ferramentas de participação política popular e assegurar o acesso à justiça (RODRIGUES; OLIVEIRA; SILVA, 2018).

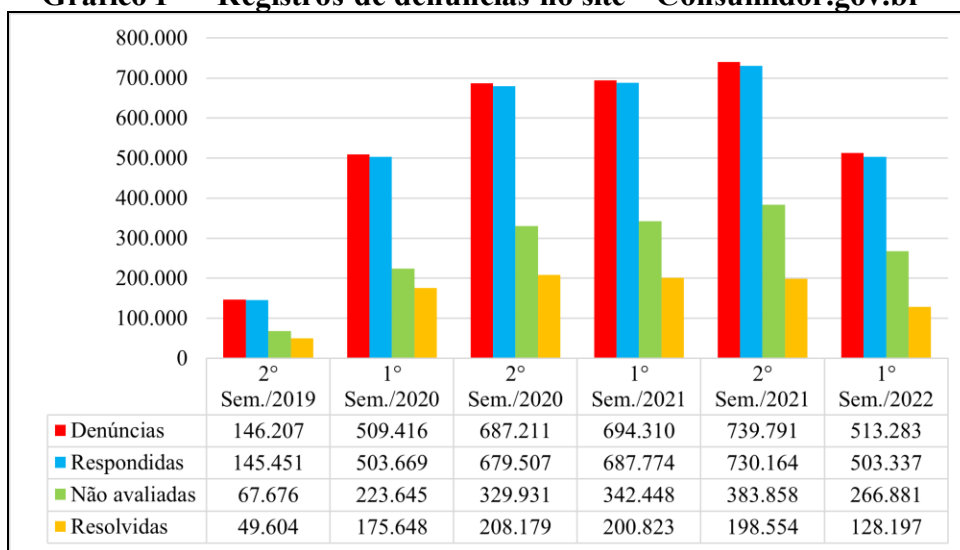
Por ora, faz mister memorar que o site do “Consumidor.gov.br” preza pelos direitos do consumidor, através do fornecimento de atendimento aos consumidores por via digital, possibilitando a sua ampliação, além de buscar incentivar a competitividade do fornecimento do serviço e a sua qualidade, além da melhoria da relação entre consumidor e empresa. Busca-se também promover a transparência nas relações de consumo.

A plataforma proporciona uma forma de resolução de demanda que é sofisticada e ágil. Este é um exemplo do emprego proveitoso da internet para se buscar a aplicação das leis, proporcionando maior celeridade processual e o mais importante, que é a resolução da demanda.

Diante das considerações elucidadas em outrora, faz relevante nesta desenvoltura pontuar, consoante o Gráfico 1, os registros de denúncias no site “Consumidor.gov.br”, denúncias realizadas e não respondidas, denúncias não avaliadas e, sobretudo, o percentual de resolubilidade desta ferramenta extrajudicial de solução de conflitos na seara consumerista entre o 2º semestre de 2019 e o 1º semestre de 2022.



Gráfico 1 — Registros de denúncias no site “Consumidor.gov.br”



Fonte: Elaboração própria. Base de dados: <ww.consumidor.gov.br> (2023).

Diante dos dados fincados no Gráfico 1, averiguou-se a demasiada demanda no site consumidor.gov.br entre o interregno do 2º semestre de 2019 e o 1º semestre de 2022, um total de 3.290.218 denúncias; 3.249.902 respostas; 1.614.439 respostas não avaliadas e 961.005 denúncias resolvidas. Não obstante, a média de denúncias durante o período pesquisado compreende 548.370; 541.650 respostas; 269.073 respostas não avaliadas e 160.168 denúncias resolvidas.

Analisando individualmente cada semestre, é possível notar que no segundo semestre de 2019, antes do início da pandemia, houve um total de 146.207 (cento e quarenta e seis mil e duzentos e sete) reclamações registradas. A maioria delas, 145.451 (cento e quarenta e cinco mil e quatrocentos e cinquenta e uma), foram respondidas, demonstrando um alto índice de relação entre consumidores e empresas.

Com o advento da pandemia no primeiro semestre de 2020, houve um aumento drástico no número de reclamações, totalizando 509.416 (quinhentos e nove mil e quatrocentos e dezesseis). Este aumento pode ser atribuído a uma série de fatores, incluindo o fechamento de estabelecimentos comerciais, cancelamentos de serviços e dificuldades econômicas enfrentadas pelos consumidores (SANTOS; SANTOS; DINIZ, 2020). Apesar disso, a quantidade de reclamações respondidas também aumentou significativamente para 503.669 (quinhentos e três mil e seiscentos e sessenta e nove), demonstrando um esforço das empresas em manter a comunicação com seus clientes durante um período desafiador. No entanto, o número de reclamações resolvidas caiu para 175.648 (cento e setenta e cinco mil e seiscentos e quarenta e oito), sugerindo possíveis dificuldades em resolver questões devido às circunstâncias excepcionais impostas pela pandemia.



No segundo semestre de 2020, mesmo com a pandemia em pleno curso, o número de reclamações continuou a aumentar, atingindo 687.211 (seiscentos e oitenta e sete mil e duzentos e onze). Embora a quantidade de reclamações respondidas tenha se mantido elevada, em 679.507 (seiscentos e setenta e nove mil e quinhentos e sete), e o número de reclamações resolvidas tenha aumentado para 208.179 (duzentos e oito mil e cento e setenta e nove), ainda há uma parcela considerável de questões não solucionadas. Os avanços tecnológicos, como o crescimento do comércio eletrônico (e-commerce), têm desempenhado um papel significativo no sistema econômico. Contudo, é fundamental destacar que, nesse contexto, é crucial garantir proteção nas transações online para assegurar segurança e evitar perdas e fraudes. Essas dificuldades podem estar relacionadas à adaptação a novos modelos de negócio durante a pandemia, bem como a uma parcela de denúncias associadas a transações online, destacando a importância de medidas de proteção para garantir a segurança nesse ambiente (KHASANAH *et al.*, 2020, p. 19).

No primeiro semestre de 2021, embora o número total de reclamações tenha diminuído em relação ao semestre anterior, permaneceu alto, totalizando 694.310 (seiscentos e noventa e quatro mil e trezentos e dez). A quantidade de reclamações respondidas e resolvidas manteve-se estável, indicando uma certa estabilização. Porém, no segundo semestre de 2021, observa-se um aumento nas reclamações, atingindo 739.791 (setecentos e trinta mil e setecentos e noventa e um). Este crescimento pode ser influenciado por uma variedade de fatores, incluindo o aumento das interações online devido a medidas de distanciamento social. Apesar disso, tanto o número de reclamações respondidas quanto o número de reclamações resolvidas diminuíram em comparação com o semestre anterior, destacando desafios contínuos no atendimento ao consumidor durante a pandemia.

Por fim, no primeiro semestre de 2022, embora o número total de reclamações tenha diminuído significativamente em comparação com os picos observados durante a pandemia, ainda permaneceu relativamente alto em 513.283 (quinhentos e treze mil e duzentos e oitenta e três). A quantidade de reclamações respondidas e resolvidas diminuiu em relação ao semestre anterior, sugerindo possíveis mudanças no comportamento do consumidor ou nas práticas das empresas.

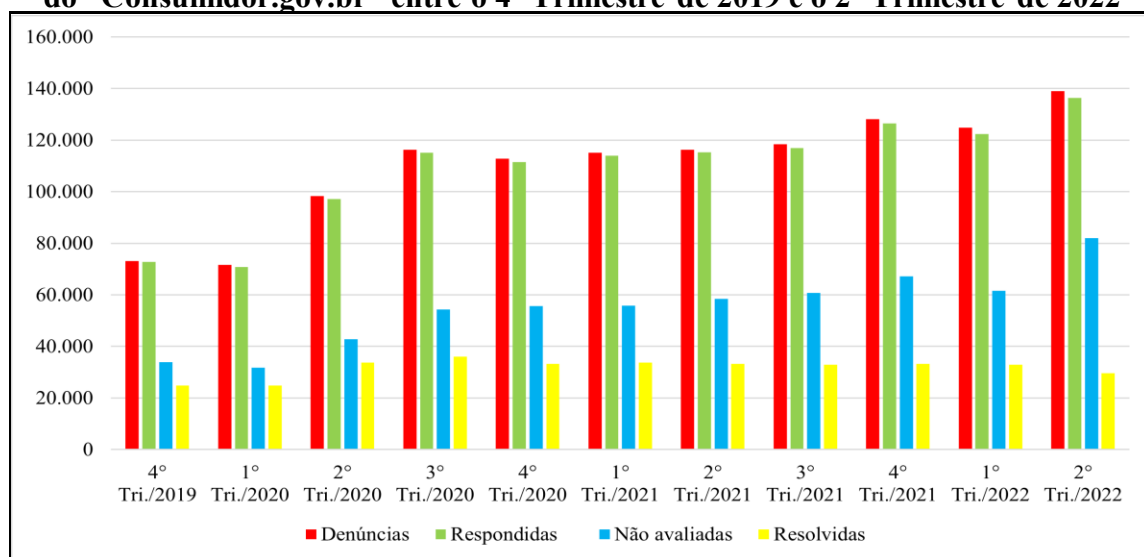
Para tanto, ressaltando a importância de apresentar dados mais próximos dos mensais, apresenta-se as médias de denúncias, respostas, avaliações e resoluções do 'Consumidor.gov.br' entre o 4º Trimestre de 2019 e o 2º Trimestre de 2022

Com efeito, observou-se uma variação significativa nos números ao longo dos trimestres analisados. O pico de denúncias ocorreu no 2º trimestre de 2022, com 138.971 (cento e trinta e oito mil, novecentos e setenta e uma) denúncias. Em contraste, registrou-se o menor número no 1º trimestre de 2020, com 71.547 (setenta e um mil, quinhentos e quarenta e sete) denúncias. Em relação às respostas, o



maior número delas foi observado no 2º trimestre de 2022, com 136.357 (cento e trinta e seis mil, trezentos e cinquenta e sete) respostas, enquanto o menor número ocorreu no 1º trimestre de 2020, com 70.777 (setenta mil, setecentos e setenta e sete) respostas.

Gráfico 2 — Média de Denúncias, Respostas, Avaliações e Resoluções do “Consumidor.gov.br” entre o 4º Trimestre de 2019 e o 2º Trimestre de 2022



Fonte: Elaboração própria. Base de dados: <www.consumidor.gov.br> (2023).

Quanto às avaliações não realizadas, tem-se maior valor no 2º trimestre de 2022, com 81.966 (oitenta e um mil, novecentos e sessenta e seis) avaliações não realizadas, a passo que o menor número foi mensurado no 4º trimestre de 2019, com 33.838 (trinta e três mil, oitocentos e trinta e oito) avaliações não realizadas. Por fim, o maior número de resoluções foi observado no 2º trimestre de 2020, com 33.731 (trinta e três mil, setecentos e trinta e um) resoluções. No entanto, o menor número foi mensurado no 2º trimestre de 2022, com 29.673 (vinte e nove mil, seiscentos e setenta e três) resoluções.

Tais dados indicam que, embora o número de denúncias e respostas tenha aumentado ao longo do tempo, o número de casos resolvidos não acompanhou o mesmo ritmo. Além disso, o número de avaliações não realizadas aumentou significativamente – o que pode indicar a insatisfação o consumidor com a plataforma.

Decerto, comparando os valores acumulados com as médias, destaca-se que o 1º trimestre de 2022 registrou o maior número de denúncias acumulado, enquanto o 4º trimestre de 2019 de 2019 registrou o menor número; 2º trimestre de 2022 apresentou maior média e 1º trimestre de 2020 a menor. Acerca das respostas, o 4º trimestre de 2021 apresentou o maior número acumulado em contraste o 4º trimestre de 2019, que registrou o menor número de respostas; o 2º trimestre de 2022 apresentou maior média e o 1º trimestre de 2020 menor. Acerca avaliações não realizadas, o 1º trimestre de 2022

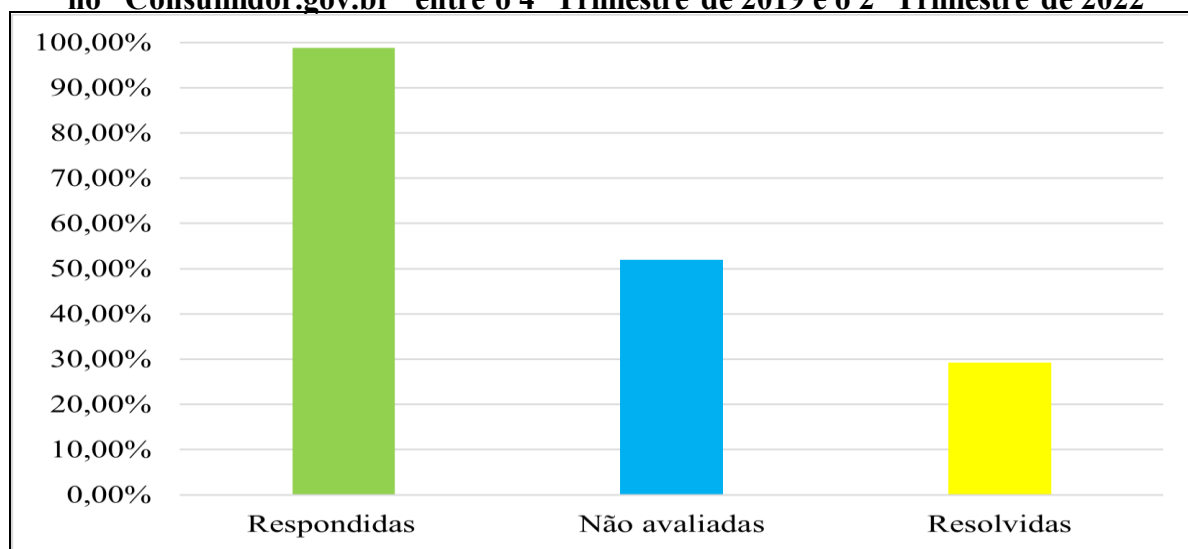


registrou o maior número, enquanto o 4º trimestre de 2019 registrou o menor número; o 2º trimestre de 2022 observou a maior média e o 4º trimestre de 2019 a menor.

Quanto às resoluções, o 1º trimestre de 2021 mensurou a maior quantidade, enquanto 2º trimestre de 2022 registrou a menor; o 2º trimestre de 2020 apresentou maior média e o 2º trimestre de 2022. Assim, nota-se que, embora haja flutuações nos números ao longo dos trimestres, pode-se observar uma tendência geral de aumento de denúncias, respostas, avaliações e resoluções. Contudo, o número de avaliações não realizadas e resoluções parece variar mais que as denúncias e respostas.

Para mensurar a efetividade da plataforma, apresenta-se a taxa de Respostas, Avaliações e resoluções de denúncias no 'consumidor.gov.br' entre o 4º Trimestre de 2019 e o 2º Trimestre de 2022. Veja-se:

Gráfico 3 — Taxa de Respostas, Avaliações e Resoluções de Denúncias no “Consumidor.gov.br” entre o 4º Trimestre de 2019 e o 2º Trimestre de 2022



Fonte: Elaboração própria. Base de dados: <www.consumidor.gov.br> (2023).

Diante do exposto, nota-se que 98,77% das denúncias foram respondidas, enquanto 51,95% das denúncias não foram avaliadas e 29,21% apenas foram resolvidas. Com efeito, nota-se que embora o número de respostas seja alto, a taxa de resolução é muito baixa – não superando 1/3 (um terço) do total de denúncias.

Nesta senda, verifica-se que em torno de ½ (um meio) das denúncias feitas não foram avaliadas. Com isso, dificulta as estratégias que embasa nestes indicadores para aprimorar e avaliar a plataforma “Consumidor.gov.br”.

Além do mais, vale pontuar a importância das repostas em relação as denúncias feitas para formulação de indicadores, primordialmente, a análise entre as denúncias feitas e a resolução destas.



Lamentavelmente, na plataforma em testilha usuários não responde o percorrer da denúncia realizada em outrora e, assim, impacta demasiadamente nos dados de resolução dos litígios consumerista.

A Tabela 1 expõe o mês com menos resolução de litígio e o mês com maior incidência de resolução em termos absolutos, verifique-se:

Tabela 1 - Registros de denúncias - site “Consumidor.gov.br”

Mês/ano	Número de denúncias	Respondidas	Não avaliadas	Resolvidas
Novembro/2019	69.436	69.073	31.820	23.974
Julho/2020	122.551	121.459	55.556	39.818

Fonte: Elaboração própria. Base de dados: <www.consumidor.gov.br> (2023).

A Tabela 1 expõe que no mês de novembro de 2019 foram solucionadas 23.974 (vinte e três mil e novecentos e setenta e quatro) denúncias, em termos percentuais representa por volta de 34,52%. No tocante ao mês de julho de 2020, tem-se a resolução de 39.818 (trinta e nove mil e oitocentos e dezoito) denúncias.

Ao analisar de forma proporcional o mês de julho 2020, apenas em torno de 32,49% das denúncias foram resolvidas. Desta forma, verifica-se que apesar do supramencionado mês ter sido com o maior número de denúncias resolvidas de forma nominal, em termos de resolubilidade apresenta inferior ao mês de novembro de 2019.

Desta maneira, constata-se que a quantidade de denúncias foram basilares para o valor nominal obtido no mês de julho de 2020, visto que neste mês foram realizadas 122.551 (cento e vinte e duas mil e quinhentos e cinquenta e uma) denúncias, em contrapartida, tão somente 69.436 (sessenta e nove mil e quatrocentos e trinta e seis) denúncias foram realizadas no mês de novembro de 2019.

No que se refere ao mês com o maior número de resolubilidade, a Tabela 2 demonstra o mês com a maior e menor incidência proporcional de resolução ao número de denúncias, veja-se:

Tabela 2 - Registros de denúncias - site “Consumidor.gov.br”

Mês/ano	Número de denúncias	Respondidas	Não avaliadas	Resolvidas
Maio/2020	93.901	92.667	38.588	34.345
Abril/2022	138.971	136.357	81.966	29.673

Fonte: Elaboração própria. Base de dados: <www.consumidor.gov.br> (2023).

Consoante a Tabela 2, no mês de maio de 2020 foram solucionadas aproximadamente 36,57% (trinta e seis vírgula cinquenta e sete por cento) das denúncias realizadas, obtendo, portanto, um percentual superior a 20% da média obtida no interregno analisado.

De outra baila, no mês de abril de 2022 apenas 21,35% das denúncias foram resolvidas. Desta maneira, tem-se um percentual inferior a 40% da média da resolução de denúncia obtida.



Sem embargo, constata-se que a plataforma “Consumidor.gov.br” impactou na prevenção, mediação e solução dos conflitos em benefício da parte hipossuficiente nas relações de consumo, assegurando os direitos fundamentais dos consumidores, solucionando parte dos conflitos. Contudo, a resolução de conflitos através do “Consumidor.gov.br” ainda carece de maior efetividade, afinal, o percentual médio de resolução de demandas ainda é baixo e o de respostas não avaliadas extremamente significativo – quase metade das denúncias.

Outrossim, em linha com o que tem sido observado em outros países, como a Indonésia, houve um aumento significativo nas reclamações do público em comparação com os números apresentados em 2019. Especificamente durante a pandemia, as queixas relacionadas a produtos de saúde também testemunharam um aumento notável. Observa-se que as reclamações frequentemente estão ligadas a medicamentos, produtos vitamínicos e dispositivos médicos. Os temas recorrentes dessas reclamações estão intimamente relacionados ao aumento dos preços dos produtos de saúde, escassez e até mesmo a presença de produtos falsificados no mercado. Essa tendência reflete não apenas as preocupações locais, mas também indica um padrão global de desafios enfrentados pelos consumidores durante a crise de saúde pública, destacando a necessidade de uma abordagem coordenada e eficaz para lidar com essas questões em escala internacional (MATNUH, 2021).

Enquanto no Reino Unido, a Autoridade da Concorrência e dos Mercados (CMA) adotou uma abordagem proativa para enfrentar os desafios enfrentados pelos consumidores. Criaram uma força-tarefa dedicada a monitorar e responder aos problemas de concorrência e consumo decorrentes da crise sanitária, visando proteger os interesses dos consumidores. Entre março e novembro de 2020, receberam mais de 115.000 (cento e quinze mil) reclamações, sendo mais de 15.000 (quinze mil) relacionadas a aumentos de preços, principalmente em alimentos, produtos de higiene e papel higiênico. A maioria das reclamações foi direcionada a lojas locais independentes, muitas em áreas de baixa renda. Economistas ponderam que os altos preços podem refletir alta demanda, incentivando os produtores a aumentar a oferta. No entanto, se houver manipulação de preços injustificada em produtos essenciais, isso indica um desequilíbrio temporário entre oferta e demanda, exigindo intervenção das autoridades para evitar danos ao mercado e aos consumidores (FUNG; ROBERTS, 2021).

Desta forma, é possível com a implementação das plataformas digitais a solução dos litígios e assegurar nas palavras de Ihering (2009) a justiça e a paz social, que não obtêm de forma natural.

CONCLUSÃO

Ante o exposto, notou-se que a tutela dos direitos do consumidor esteve em constante evolução durante o final do século XIX e todo o século XX, existindo regramentos internacionais e nacionais



sobre os princípios basilares das relações consumistas. Em decorrência disso, os conflitos consumeristas assumiram o campo judicial e extrajudicial. No último, a seara consumerista brasileira dispõe do site “Consumidor.gov.br”.

Com a pandemia da COVID-19 e a restrição de determinados segmentos da economia, estimulou-se o uso “Consumidor.gov.br” para resolução dos conflitos extrajudiciais. Percebeu-se, durante o período destacado, o aumento significativo das denúncias no “Consumidor.gov.br” no 1º semestre de 2020 e 2º semestre de 2021 – um total de 3.290.218 denúncias; 3.249.902 respostas; 1.614.439 respostas não avaliadas e 961.005 denúncias resolvidas. Outrossim, notou-se que grande parte das denúncias foram respondidas (98,77%) mas apenas um pequeno número delas foi resolvida satisfatoriamente (29,21%).

Com efeito, conclui-se que o site “Consumidor.gov.br” é parcialmente eficaz para resolução de conflitos extrajudiciais, impactando na prevenção, mediação e solução das denúncias em benefício da parte hipossuficiente nas relações de consumo – assegurando os direitos fundamentais dos consumidores. Contudo, diante da baixa resolução de denúncias e do alto número de respostas não avaliadas, comprova-se que a plataforma “Consumidor.gov.br” carece de maior efetividade na resolução de demandas, afinal, trata-se de um meio importantíssimo para tutela dos direitos consumeristas no Brasil.

Por fim, destaca-se que o estudo não pretende encerrar o debate acerca da plataforma “Consumidor.gov.br” e a tutela dos direitos do consumidor, mas apenas contribuir com o conhecimento científico sobre o tema.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. B. **Direito do consumidor esquematizado**. São Paulo: Editora Saraiva, 2020.

ANTUNES, J. E. **Direito do consumo**. Coimbra: Editora Almedina, 2023.

ARBIX, D. A. **Resolução online de controvérsias - Tecnologias e Jurisdições** (Tese de Doutorado em Direito). São Paulo: USP, 2015.

BENJAMIN, A. H. V.; MARQUES, C. L.; BESSA, L. R. **Manual de Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2017.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Planalto, 1988. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em: 15/01/2024.

BRASIL. **Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Brasília: Planalto, 1990. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em: 15/01/2024.



BRASIL. **Lei n. 14.010, de 10 de junho de 2020**. Brasília: Planalto, 2020. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em: 15/01/2024.

BRASIL. **Portaria n. 156, de 01 de abril de 2020**. Brasília: Planalto, 2020. Disponível em: <www.planalto.gov.br>. Acesso em: 15/01/2024.

CARNAÚBA, D. A. “Distribuição de riscos nas relações de consumo: uma análise econômica”. In: LEMOS, P. F. I. *et al.* (coords.). **Sociedade de risco e direito privado: desafios normativos, consumeristas e ambientais**. São Paulo: Editora Atlas, 2013.

CAVALIERIFILHO, S. **Programa de Direito do Consumidor**. São Paulo: Editora Atlas, 2019.

EUROPEAN UNION. **Common Position COVID-19**. Bruxelas: Consumer Protection Cooperation, 2020. Disponível em: <www.europa.eu>. Acesso em: 15/01/2024.

FAIRLIE, R.; FOSSEN, F. M. “The early impacts of the COVID-19 pandemic on business sales”. **Small Business Economics**, vol. 58, n. 4, 2022.

FIGUEIREDO, B. F. **Consumidor.gov.br: a exigência de utilização da plataforma digital de solução adequada de conflitos antes do ajuizamento de ação de consumo como fator de eficiência do Poder Judiciário, à luz da análise econômica do direito (Dissertação de Mestrado em Direito)**. Florianópolis: UFSC, 2019.

FORNASIER, M. O.; SCHWEDE, M. A. “As plataformas de solução de litígios online (ODR) e a sua relação com o direito fundamental ao acesso à justiça”. **Revista Eletrônica de Direito Processual**, vol. 22, n. 1, 2021.

FRECKELTON QC, I. “COVID-19: Fear, quackery, false representations and the law”. **International Journal of Law and Psychiatry**, vol. 72, 2020.

FUNG, S. S.; ROBERTS, S. “Covid-19 and The Role of a Competition Authority: The CMA’s Response to Price Gouging Complaints”. **Journal of European Competition Law and Practice**, vol. 12, n. 10, 2021.

GARCIA, L. P.; DUARTE, E. “Intervenções não farmacológicas para o enfrentamento à epidemia da COVID-19 no Brasil”. **Epidemiologia e Serviços de Saúde**, vol. 29, n. 2, 2020.

IHERING, R. V. **A luta pelo direito**. Viena: Editora Montecristo, 1872.

KHASANAH, F. N. *et al.* “Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19”. **Jurnal Sains Teknologi dalam Pemberdayaan Masyarakat**, vol. 1, n. 1, 2020.

LISBOA, R. S. **Responsabilidade civil nas relações de consumo**. São Paulo: Editora Saraiva, 2012.

MARANHÃO, R. A.; SENHORAS, E. M. “Orçamento de Guerra no enfrentamento à COVID-19: entre manobras parlamentares e batalhas políticas”. **Boletim de Conjuntura (BOCA)**, vol. 2, n. 6, 2020.

MARQUES, R. D. “A resolução de disputas online (ODR): do comércio eletrônico ao seu efeito transformados sobre o conceito e a prática do acesso à justiça”. **Revista de Direito e as Novas Tecnologias**, vol. 2, n. 5, 2019.



MATNUH, H. “Rectifying Consumer Protection Law and Establishing of a Consumer Court in Indonesia”. **Journal of Consumer Policy**, vol. 44, n. 3, 2021.

RODRIGUES, N. T. D.; OLIVEIRA, R. S.; SILVA, F. S. R. “O aprimoramento do direito de petição sob a perspectiva das novas mídias digitais”. **Revista de Informação Legislativa**, vol. 55, n. 217, 2018.

RULE, C. “Online Dispute Resolution and the Future of Justice”. **Annual Review of Law and Social Science**, vol. 16, n. 1, 2020.

SANTOS, C. S. A.; SANTOS, M. V. G.; DINIZ, A. P. S. M. “Impactos da pandemia da COVID-19 nas relações contratuais à luz dos institutos da força maior e da onerosidade excessiva. *In*: HIRSCH, F. P. D. A. **COVID-19 e o direito na Bahia**: estudos da comunidade da UNEB em homenagem à memória de Ruivaldo Macedo Costa. Salvador: Direito Levado a Sério, 2020.

SOUZA, S. C. *et al.* **Direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2018.

TARTUCE, F; NEVES, D. A. A. **Manual de Direito do Consumidor**: direito material e processual. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2023.

UNITED STATES. **Consumer Product Safety Act of 1972**. Washington: United States Congress, 1972. Disponível em: <www.cpsc.gov>. Acesso em: 15/01/2024.

UNITED STATES. **COVID-19 Consumer Protection Act of the 2021 Consolidated Appropriations Act**. Washington: United States Congress, 2021. Disponível em: <<https://www.congress.gov>>. Acesso em: 15/01/2024.

UNITED STATES. **Federal Trade Commission Act of 1914**. Washington: United States Congress, 1914. Disponível em: <www.ftc.gov>. Acesso em: 15/01/2024.

VITA, C. V. “Os direitos do consumidor na pandemia”. **Consultor Jurídico** [2021]. Disponível em: <www.conjur.com.br>. Acesso em: 15/01/2024.



BOLETIM DE CONJUNTURA (BOCA)

Ano VI | Volume 17 | Nº 50 | Boa Vista | 2024

<http://www.ioles.com.br/boca>

Editor chefe:

Elói Martins Senhoras

Conselho Editorial

Antonio Ozai da Silva, Universidade Estadual de Maringá

Vitor Stuart Gabriel de Pieri, Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Charles Pennaforte, Universidade Federal de Pelotas

Elói Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima

Julio Burdman, Universidad de Buenos Aires, Argentina

Patrícia Nasser de Carvalho, Universidade Federal de Minas Gerais

Conselho Científico

Claudete de Castro Silva Vitte, Universidade Estadual de Campinas

Fabiano de Araújo Moreira, Universidade de São Paulo

Flávia Carolina de Resende Fagundes, Universidade Feevale

Hudson do Vale de Oliveira, Instituto Federal de Roraima

Laodicéia Amorim Weersma, Universidade de Fortaleza

Marcos Antônio Fávaro Martins, Universidade Paulista

Marcos Leandro Mondardo, Universidade Federal da Grande Dourados

Reinaldo Miranda de Sá Teles, Universidade de São Paulo

Rozane Pereira Ignácio, Universidade Estadual de Roraima