

A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DA DEFESA DO CONSUMIDOR

CONSUMER EDUCATION AS AN INSTRUMENT TO ACHIEVE CONSUMER DEFENSE

Paulo Neves Rabelo¹

Viviane Vilas-Bôas Costa Santos²

Ana Maria Seixas Pamponet³

RESUMO

As relações de consumo acompanham o ser humano desde os tempos mais antigos, seja para a manutenção da vida ou para a satisfação de vontades. Entretanto, com o advento da globalização e modernização das relações mercantis, o consumidor passou a ocupar um local de vulnerabilidade, necessitando de mecanismos de defesa. Neste sentido, a Constituição Federal de 1988 consagra, pela primeira vez no ordenamento brasileiro, o Direito Fundamental à Defesa do Consumidor. Assim, o presente trabalho tem por objetivo demonstrar que a plena eficácia desse Direito só será possível com a implantação de mecanismos de educação para o consumo, a fim de formar consumidores conscientes dos seus direitos e obrigações.

Palavras-Chaves: Defesa do consumidor. Educação para o consumo. Direitos Fundamentais.

ABSTRACT

Consumer relations have accompanied human beings since ancient times, whether for the maintenance of life or the satisfaction of desires. However, with the advent of globalization and modernization of commercial relations, the consumer began to occupy a place of vulnerability, requiring defense mechanisms. In this sense, the 1988 Federal Constitution enshrines, for the first time in the Brazilian system, the Fundamental Right to Consumer Protection. Therefore, the present work aims to demonstrate that the full effectiveness of this Right will only be possible with the implementation of consumer education mechanisms, in order to form consumers aware of their rights and obligations.

Keywords: Consumer defense. Education for consumption. Fundamental rights.

¹ Graduando em Direito, Centro Universitário Nobre (UNIFAN), paulonevesrabelo@gmail.com.

² Especialista em Direito Processual Civil, Damásio de Jesus, viviane villas@hotmail.com.

³ Doutora em Direitos Humanos e Desenvolvimento, UPO-ES, Rev. UFBA, ana.pamponet@gruponobre.com.

1 INTRODUÇÃO

A proteção dos direitos do consumidor tem se tornado uma pauta cada vez mais relevante e urgente na sociedade contemporânea. Com o avanço da globalização, o crescimento do mercado e o surgimento de novas tecnologias, os consumidores estão cada vez mais expostos a uma variedade de produtos, serviços e informações.

Nesse contexto, a educação acerca das práticas de consumo emerge como uma poderosa ferramenta para empoderar os consumidores, capacitando-os a tomarem decisões informadas, exercerem seus direitos e protegerem-se de práticas abusivas. Assim, através da disseminação de informações precisas sobre direitos e deveres do consumidor, bem como sobre as práticas comerciais éticas, a educação consumerista busca criar uma consciência crítica e responsável nos indivíduos. Um dos pilares desse advento é o acesso à informação. Por meio de campanhas de conscientização, materiais educativos e programas de formação, os consumidores são capacitados a compreender seus direitos em diferentes áreas, como contratos, garantias, segurança de produtos, publicidade enganosa, entre outros temas.

Além disso, a educação consumerista busca fornecer orientações práticas sobre como agir diante de situações de conflito ou violação de direitos, incentivando a busca por soluções pacíficas através de recursos e mecanismos de proteção disponíveis.

No entanto, a eficácia da educação consumerista enfrenta desafios significativos. Um dos principais obstáculos, por exemplo, atinge o pilar supramencionado, especialmente entre os grupos vulneráveis e comunidades de baixa renda, uma vez que as informações sobre direitos do consumidor podem ser consideradas complexas e pouco acessíveis, dificultando a compreensão e o exercício desses direitos.

Ademais, a falta de incentivos por parte de empresas e instituições para a promoção de uma cultura de consumo consciente também pode limitar o impacto dessa educação.

Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo é analisar a relevância da educação para o consumo como um instrumento de concretização do direito fundamental à defesa do consumidor.

Os objetivos específicos são: compreender o Direito Fundamental à Defesa do Consumidor; analisar os dispositivos legais que tratam da educação para o consumo e investigar a atuação do Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), buscando compreender suas atuações em prol da educação para o consumo.

Quanto às considerações metodológicas, esta pesquisa é classificada como "Pesquisa Bibliográfica", conforme definido por GIL (2002). O percurso metodológico adotado iniciou-se com a escolha do tema, seguido por um levantamento bibliográfico preliminar, por meio da leitura de livros e manuais sobre Direito do Consumidor, a fim de proporcionar uma compreensão inicial da temática.

Com base nessa leitura preliminar, foi formulado o problema de pesquisa e, em seguida, utilizando a classificação proposta por GIL, elaborado um plano provisório de assunto por meio da criação de um sumário, que serviu como guia para as etapas deste trabalho.

Por fim, avançou-se para a etapa de busca das fontes, na qual foram consultados artigos relacionados à temática por meio de bases de dados como a Scielo e outros mecanismos de busca.

Além disso, foram realizadas buscas por diplomas legais que fundamentassem a temática, considerando tratar-se de um estudo jurídico.

2 DIREITO FUNDAMENTAL À DEFESA DO CONSUMIDOR

Através do crescimento exponencial da população e da globalização e modernização dos instrumentos de comunicação, as relações de consumo adaptaram-se, surgindo os contratos por adesão, as sofisticadas operações de importação, a produção e o consumo em massa.

Nesse diapasão, as figuras do consumidor e fornecedor, que antes eram regidas pela personalidade, se modificaram, tornando-as impessoais, visto que as partes integrantes da relação de consumo não mais se conheciam em razão da massificação e pulverização de tais relações.

Desta forma, o consumidor passou a ocupar um local de vulnerabilidade nas relações de consumo, uma vez que estas são regidas pelas leis do mercado, que visam apenas o lucro. Ora, a sociedade de consumo moderna, de acordo com Zygmunt Bauman, é regida pelo consumismo, estando os indivíduos seduzidos por desejos voláteis (BAUMAN, 2001, p.90).

A vida organizada em torno do consumo, por outro lado, deve se bastar sem normas: ela é orientada pela sedução, por desejos sempre crescentes e quereres voláteis - não mais por regulação normativa. Nenhum vizinho em particular oferece um ponto de referência para uma vida de sucesso; uma sociedade de consumidores se baseia na comparação universal - e o céu é o único limite.

Tendo em vista tal situação, restou evidenciado que a “mão invisível” do Estado não era mais suficiente para regular o mercado, tampouco tutelar os consumidores, motivo pela qual, no período pós-guerras, o Estado passou a atuar de forma positiva, adotando medidas com o intuito de regulamentar as relações mercantis, protegendo, assim, o consumidor vulnerável.

No Brasil, a Constituição Federal de 1988 consagrou, pela primeira vez no ordenamento brasileiro, o direito à defesa do consumidor, trazendo tal disposição no rol dos direitos fundamentais, previstos no art. 5º, bem como princípio da ordem econômica e social, tal como disposto no art. 170, V.

Assim sendo, os Direitos Fundamentais são conceituados por Carl Schmitt como aqueles direitos e garantias previstos no texto constitucional, recebendo por tal razão maior garantia e segurança, sendo imutáveis, ou exigindo um processo mais elaborado para sua modificação (SCHMITT, 2006, apud BONAVIDES, 2004, p. 561).

Embora tais direitos sejam comumente identificados em razão da sua positivação no texto constitucional, o que se denomina fundamentabilidade formal, deve-se observar ainda o conteúdo material destes direitos, uma vez que explicitam em meio às suas disposições a promoção da dignidade humana.

Nesta senda, importante transcrever elucidativo conceito traçado por Dirley da Cunha Junior:

Os direitos fundamentais são todas aquelas posições jurídicas favoráveis às pessoas que explicitam direta ou indiretamente, o princípio da dignidade humana, que se encontram reconhecidas no texto da Constituição formal (fundamentabilidade formal) ou que, por seu conteúdo e importância, são admitidas e equiparadas, pela própria Constituição, aos direitos que esta formalmente reconhece, embora dela não façam parte (fundamentabilidade material). (CUNHA JUNIOR, 2012, p. 574-575).

Assim sendo, é possível compreender que o Direito à Defesa do Consumidor é dotado de fundamentabilidade formal e material, visto que, para além de integrar o texto constitucional, possui vinculação direta com a efetivação do princípio da dignidade da pessoa humana (CUNHA JUNIOR, 2012).

Desta forma, promove a dignidade dos indivíduos, quando equilibra tais relações, reduzindo a desigualdade e a ausência de autodeterminação a que os consumidores são submetidos (WEBER, 2009, p.45).

No decorrer da história os direitos fundamentais passaram por um processo de múltiplas transformações, não apenas em seu conteúdo, mas na sua titularidade, eficácia e efetivação (CUNHA JÚNIOR, 2012, p.613).

Os anseios e aspirações dos indivíduos em cada período histórico promovem a evolução, criação e transformação dos direitos fundamentais, evidenciando a natureza dinâmica destes, tal como lecionado por Norberto Bobbio:

Nascem quando devem ou podem nascer. Nascem quando o aumento do poder do homem sobre o homem — que acompanha inevitavelmente o progresso técnico, isto é, o progresso da capacidade do homem de dominar a natureza e os outros homens — ou cria novas ameaças à liberdade do indivíduo ou permite novos remédios para as suas indigências: ameaças que são enfrentadas através de demandas de limitações do poder; remédios que são providenciados através da exigência de que o mesmo poder intervenha de modo protetor. As primeiras, correspondem os direitos de liberdade, ou um não-agir do Estado; aos segundos, os direitos sociais, ou uma ação positiva do Estado. (BOBBIO, 2004, p.9).

Com o escopo de demonstrar a evolução dos direitos fundamentais no decorrer da história, a doutrina leciona acerca das dimensões dos direitos fundamentais: Os direitos fundamentais de primeira dimensão são considerados direitos de defesa, possuindo cunho “negativo”, uma vez que vedavam ao Estado qualquer ingerência nas relações individuais e sociais, reservando para este a função de mero “guardião de liberdades” (CUNHA JUNIOR, 2012, p. 618). Como exemplo de direitos consagrados nessa dimensão é possível citar: o direito à vida, à liberdade, à propriedade e à igualdade perante a lei, tendo sido consolidadas posteriormente, as liberdades de expressão coletiva, e os direitos de participação política (SARLET, 2012, p. 47).

Os direitos fundamentais consagrados na primeira dimensão trazem consigo um viés nitidamente individualista, próprio do pensamento liberal, estabelecendo uma série de garantias perante o Estado, face o fundado receio do poder opressivo característico do absolutismo. (WEBER, 2012).

Entretanto, após a Primeira Guerra e a crise americana de 1929, restou evidenciado que o Estado Liberal não mais comportava as necessidades dos indivíduos e o mercado não se autorregulava, razão pela qual não havia a garantia do justo salário, lucro e preço razoáveis, de modo que os cidadãos hipossuficientes ficaram desamparados. (CUNHA JUNIOR, 2012).

Desta forma, o Estado passou a atuar por meio de prestações positivas nas esferas sociais e econômicas, assegurando, assim, políticas em prol da saúde, educação, segurança e emprego. Momento este em que se consolidaram os direitos fundamentais de segunda dimensão, ou Direitos Sociais. (WEBER, 2012).

Contudo, vale mencionar que, embora os direitos fundamentais de segunda dimensão sejam conhecidos como “Direitos Sociais”, eles têm enfoque apenas no indivíduo, não se confundindo com os direitos coletivos e difusos consagrados na terceira dimensão dos direitos fundamentais; tais direitos são recentes e se encontram em fase de formulação. Assim, na terceira dimensão, os direitos visam não o homem de forma individual, mas, têm por titulares os grupos humanos vistos de forma coletiva e difusa. (WEBER, 2012).

Neste contexto, o Direito Fundamental à Defesa do Consumidor seria pertencente à terceira dimensão, uma vez que tutela uma coletividade de pessoas, porém possui uma série de semelhanças com os direitos de segunda dimensão por se tratar de uma intervenção estatal em prol do indivíduo consumidor, limitando assim, a livre iniciativa (WEBER, 2012, p. 54-55).

Em face do exposto, nota-se que os direitos fundamentais consagrados em cada dimensão não se excluem ou se sobrepõem, mas se complementam. Logo, ao realizar rápida leitura dos direitos e garantias fundamentais consolidados na Constituição Federal de 1988, é possível perceber a existência de direitos consolidados em todas as dimensões supramencionadas. (BRASIL, 1988).

Ademais, o direito fundamental à defesa do consumidor possui aplicabilidade imediata por ser uma norma definidora de direitos e garantias, tal como disposto no art. 5, §1ª da Constituição Federal, que tem o escopo de obstar o esvaziamento do conteúdo inerente aos direitos fundamentais, visto que são regidos sob o postulado da máxima efetividade. Portanto, a eficácia do direito ora mencionado flui de forma imediata da Constituição, não havendo a necessidade de atuação legislativa para tanto. (SAMPAIO, 2013, p. 88),

Neste sentido, embora o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/1990) regule e concretize diversos aspectos inerentes à defesa do consumidor, o direito fundamental ora analisado não depende deste diploma normativo para obter sua plena e concreta efetividade (WEBER, 2009, p. 59).

Constituição Federal de 1988 deixa evidente a importância da tutela ao consumidor quando traz o direito à defesa do consumidor não apenas no rol dos direitos fundamentais dispostos art. 5ª, mas, como princípio da ordem econômica conforme dicção do art. 170, V:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - defesa do consumidor; (BRASIL, 1988).

Dessa forma, o Direito Fundamental à Defesa do Consumidor, em razão da sua dimensão objetiva, inaugura uma ordem de valores que permeiam todas as relações, quais sejam públicas ou privadas, trazendo para o núcleo deste direito uma noção de coletividade, reconhecendo, assim, a eficácia irradiante dos direitos fundamentais. (SARLET; MARINONI; MITIDIERO, 2012, p. 296).

Isso posto, em razão da fundamentabilidade atribuída à defesa do consumidor pela Constituição Federal de 1988, bem como a aplicação imediata e plena deste, seus efeitos irradiam por todo o ordenamento jurídico, norteando as ações e políticas do poder público, limitando a atuação dos agentes privados. (BRASIL, 1988).

Feitas tais considerações, será explanada nos tópicos vindouros a importância da educação para o consumo no que tange à efetividade do direito à defesa do consumidor, bem como as políticas públicas promovidas neste sentido.

3 A EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

As relações de consumo são claramente visualizadas em diversos períodos históricos, seja para a satisfação de necessidades básicas ou para a realização de desejos. Contudo, com a evolução do mercado, o desenvolvimento das ciências e dos modos de produção, tornou-se necessária a adequação dos instrumentos de tutela do consumidor vulnerável perante toda esta conjuntura.

Nessa senda, a Constituição Federal de 1988 eleva à defesa do consumidor o grau de direito fundamental, conferindo uma maior eficácia ao direito ora mencionado, permitindo sua irradiação por todo o sistema jurídico, balizando a atuação dos órgãos públicos e dos agentes particulares na limitação de suas condutas ou na promoção de medidas em prol da tutela do consumidor. (BRASIL, 1988).

O Código de Defesa do Consumidor, por sua vez, surge com o objetivo de regulamentar as relações entre consumidores e fornecedores, a fim de equilibrar e harmonizar as relações de consumo (CAVALIERI FILHO, 2008, p.79).

Contudo, para que haja a real efetividade desse direito, bem como o equilíbrio das relações de consumo e o direito à educação para o consumo, foi eleito como instrumento para a concretização dos objetivos a que se destina a lei 8.078/1990. (BRASIL, 1990).

A educação é um instrumento necessário para que o sujeito possa desenvolver novas ideias e aptidões, integrando as relações de consumo de forma inteligente. Neste sentido, um dos maiores problemas da atualidade no tocante ao consumo concerne ao superendividamento, que poderia ser evitado em diversas situações, caso o consumidor fosse educado para um consumo consciente e responsável. (CAVALIERI FILHO, 2008, p.79).

Antes do advento da Carta Magna de 1988, bem como da consagração do direito fundamental à defesa do consumidor, a Organização das Nações Unidas na resolução 39/248 de 1985 já reconhecia a sua vulnerabilidade, instituindo assim diretrizes para os Estados a fim de tutelá-lo. Dentre elas, encontra-se a educação para o consumo (VERDAN, 2016).

A Resolução dispõe ainda que os Governos devem promover meios de educação para o consumo, a fim de que os sujeitos possam fazer suas escolhas de forma consciente e informada, dispondo ainda, que as temáticas relativas ao consumo devem ser abordadas nos currículos escolares (VERDAN, 2016).

Neste sentido, o Código de Defesa do Consumidor seguindo a tendência inaugurada pela ONU ao instituir a Política Nacional das Relações de Consumo em seu art. 4º, consagra a importância da educação e informação dos fornecedores e consumidores:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a

transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

(...)

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo; (BRASIL, 1988).

Ademais, o art. 6º do CDC eleva a educação para o consumo como um direito básico do consumidor, reforçando, assim, sua importância:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

II - a educação e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações; (BRASIL, 1988).

Em face do exposto, remanesce evidente a importância da educação para o consumo a fim de concretizar o Direito Fundamental à Defesa do Consumidor, vez que o consumidor informado tem maior capacidade de escolha, por conhecer os seus direitos e suas responsabilidades, evitando assim a cultura do consumismo desenfreado. (HERMANY, 2012).

A educação para o consumo deve ser vista em seus aspectos formal e informal: O aspecto formal consiste na inserção dessa temática nos currículos escolares, tal como determinado pela ONU; o aspecto informal, por sua vez, consiste na promoção de programas e campanhas que levem as grandes massas orientações e esclarecimentos acerca do mercado de consumo (REIS, CERQUEIRA, HERMANY, 2011, p.103).

4 POLÍTICAS DE EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

Conforme já demonstrado, a educação para o consumo é essencial para a plena concretização do Direito Fundamental à Defesa do Consumidor. Assim, esse conhecimento tem sido levado através de diversos meios e atuação de diversos agentes públicos e particulares.

As políticas públicas de educação para o consumo visam estimular o consumo saudável, bem como a conscientização por parte dos consumidores das práticas abusivas existentes no mercado.

O Código de defesa do Consumidor, ao balizar a Política Nacional das Relações de Consumo, prevê a ação governamental de forma direta ou indireta. Dessa forma, O PROCON tem por objetivo orientar, educar e tutelar os consumidores contra os abusos cometidos no mercado de consumo, esse objetivo pode ser caracterizado na resolução SEJU 66/1998 que instituiu o Regimento Interno do PROCON no Estado do Paraná. (BRASIL, 1990).

Nessa resolução, a orientação e educação do consumidor são elencadas como atribuições do PROCON, seja por meio de ações que envolvam os órgãos públicos, seja pela elaboração de cartilhas, folhetos e campanhas educativas, além do incentivo à implantação de projetos envolvendo entidades de defesa do consumidor (BRASIL, 1990).

No âmbito privado, o art. 5º, V da lei 8.078/90 prevê a concessão de estímulos para a criação de associações de defesa do consumidor. Essas entidades não possuem vinculação com o Poder Público, mas visam à defesa dos consumidores, atuando de forma ativa na educação para o consumo e difusão da pesquisa científica na área. (BRASIL, 1990).

Ao lado de órgãos estatais de defesa do consumidor estão as entidades civis ou organizações não governamentais (ONG) de defesa do consumidor. São associações privadas, sem fins lucrativos, instituídas por iniciativa de um grupo de pessoas para a defesa individual ou coletiva dos direitos e interesses do consumidor, para educar o consumidor, realizar atividades de difusão e pesquisa científica deste ramo do direito, enfim, promover, direta ou indiretamente, a maior eficácia do direito do consumidor no País (MARQUES; BENJAMIM; BESSA, 2007, p. 334).

Dessa forma, fica evidente que a educação para o consumo desempenha um papel crucial na efetiva defesa dos direitos do consumidor. Neste contexto, observa-se que agentes públicos e privados desempenham uma tarefa fundamental na promoção de uma educação consumerista eficaz. (HERMANY, 2012). As políticas públicas voltadas para a educação do consumidor têm como objetivo estimular um consumo saudável e consciente, além de conscientizar os consumidores sobre práticas abusivas no mercado. (HERMANY, 2012). A

existência de órgãos como o Programa de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON), que tem o propósito de orientar, educar e tutelar os consumidores contra abusos, mostra o compromisso governamental com a proteção do consumidor. Essa ação é reforçada pela criação de associações de defesa do consumidor no âmbito privado, que visam à defesa dos seus direitos e à promoção de uma cultura de consumo consciente. (CAVALIERI FILHO, 2008, p.102).

A atuação conjunta entre entidades estatais e organizações não governamentais demonstra a importância de uma abordagem abrangente na educação para o consumo. Essa colaboração mútua é fundamental para construir relações de consumo saudáveis, equilibradas e conscientes. (CAVALIERI FILHO, 2008, p.102).

Através de ações que envolvem a elaboração de materiais educativos, campanhas de conscientização e incentivo à participação de entidades de defesa do consumidor, busca-se disseminar informações e empoderar os consumidores na defesa de seus direitos. (HERMANY, 2012).

É fundamental ressaltar que a educação para o consumo não apenas fortalece a posição dos consumidores, mas contribui para a promoção de uma sociedade justa e equilibrada. Ao educar os consumidores sobre seus direitos e deveres, é possível prevenir práticas abusivas, reduzir conflitos e construir uma relação de confiança entre consumidores e fornecedores. (HERMANY, 2012).

Portanto, a educação para o consumo desempenha um papel essencial na defesa dos direitos do consumidor e na construção de uma sociedade mais consciente e informada.

É um caminho necessário para o estabelecimento de relações de consumo saudáveis, equitativas e éticas. A continuidade dos esforços dos agentes públicos e privados nesse campo é crucial para promover uma cultura de consumo responsável e garantir a proteção efetiva dos direitos dos consumidores no Brasil.

5 CONCLUSÃO

Após toda essa análise, concluímos que a inclusão da defesa do consumidor como um direito fundamental na Constituição Federal de 1988 foi uma decisão acertada. Isso se deve à importância do consumo na sociedade moderna e à complexidade do mercado em que estamos inseridos.

No contexto pós-guerras, ficou evidente a existência de grandes desigualdades que não puderam ser solucionadas pelo modelo Liberal. Nesse cenário, o Estado teve que intervir para equilibrar as relações de consumo e diminuir tais desigualdades.

A defesa do consumidor, ao ser reconhecida como um direito fundamental, reforça sua relevância para a promoção da dignidade humana e a busca por uma ordem econômica e social justa.

Os direitos fundamentais são conceituados como posições jurídicas que favorecem diretamente ou indiretamente o princípio da dignidade humana. O Direito à Defesa do Consumidor, por sua vez, possui tanto fundamentabilidade formal quanto material, pois está presente no texto constitucional e está diretamente ligado à efetivação do princípio da dignidade da pessoa humana.

É importante ressaltar que os direitos fundamentais passaram por transformações ao longo do tempo, não apenas em seu conteúdo, mas também em sua abrangência, eficácia e efetivação.

Os anseios e aspirações das pessoas em diferentes períodos históricos impulsionaram a evolução, criação e transformação desses direitos. Os direitos fundamentais de primeira dimensão são voltados para a defesa individual, enquanto os de segunda e terceira dimensões estão relacionados aos direitos sociais e de participação, respectivamente.

Além disso, a evolução do mercado e dos modos de produção exigiu a adaptação dos instrumentos de proteção ao consumidor vulnerável. A Constituição Federal de 1988 elevou a defesa do consumidor a um direito fundamental, conferindo-lhe maior eficácia e permitindo sua aplicação em todo o sistema jurídico, além de orientar a atuação dos órgãos públicos nessa área.

Em suma, a inclusão da defesa do consumidor como um direito fundamental na Constituição de 1988 reflete a necessidade de proteger os indivíduos em suas relações de consumo, promovendo uma sociedade mais justa e equilibrada.

Essa decisão reconhece a importância do consumo na sociedade moderna e busca garantir a dignidade humana em um contexto de complexidade e transformações constantes no mercado.

Assim, os benefícios potenciais da educação consumerista são inúmeros. Quando os consumidores são capacitados e conscientes de seus direitos, há uma maior probabilidade de práticas abusivas serem prevenidas ou identificadas precocemente.

Isso contribui para a construção de um ambiente de consumo mais ético e transparente, no qual empresas e fornecedores são incentivados a adotar comportamentos responsáveis e a oferecer produtos e serviços de qualidade.

Por fim, é importante destacar que a eficácia da educação consumerista não está limitada apenas à proteção dos direitos do consumidor individualmente, mas também tem um impacto mais amplo na sociedade como um todo.

Ao promover um consumo consciente, responsável e ético, a educação consumerista contribui para a construção de uma economia mais sustentável e equitativa, na qual as necessidades e os direitos dos consumidores são respeitados e valorizados.

Portanto, a educação consumerista desempenha um papel fundamental na defesa dos direitos do consumidor. Por meio do acesso à informação, conscientização e capacitação, os consumidores podem se tornar agentes ativos em suas relações de consumo, promovendo um ambiente mais justo e equilibrado.

No entanto, para alcançar uma eficácia plena, é necessário enfrentar desafios e investir em ações que fortaleçam a educação consumerista em todos os níveis da sociedade. Somente assim poderemos alcançar uma cultura de consumo consciente e garantir a proteção adequada dos direitos do consumidor.

REFERÊNCIAS

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

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. 7ª reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

BONAVIDES, Paulo. **Curso de direito constitucional**. 15ª ed. São Paulo: Malheiros, 2004.

BRAGA, M. A. M.; SILVA, Lucas Gonçalves da. **Educação para o consumo e a efetividade dos direitos fundamentais do consumidor**. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/42015/educacao-para-o-consumo-e-a-efetividade-dos-direitos-fundamentais-do-consumidor>>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BRASIL. **Cidadania e Justiça**. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2009/10/acesse-lista-com-as-entidades-de-protecao-ao-consumidor>>. Acesso em: 12 fev. 2023.

BRASIL. **Código de Defesa do Consumidor**. Brasília, DF. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm>. Acesso em: 12 fev. 2023.

BRASIL. **Constituição Federal (1988)**. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 12 fev. 2023.

CAVALIERI FILHO. **Programa de direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2008.

CUNHA JUNIOR, Dirley da. **Curso de direito constitucional**. 6. ed. Salvador: JusPODIVM, 2012.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARQUES, Cláudia Lima; BENJAMIM, Antônio Herman V.; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual de direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2007.

PARANÁ, Departamento Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor.

Disponível

em: <<http://www.procon.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=150>>. Acesso em: 12 fev. 2023.

REIS, Jorge Renato dos; CERQUEIRA, Katia Leão; HERMANY, Ricardo. In: ALMEIDA, João Batista de. **A proteção jurídica do consumidor. 3. ed., ver. atual e ampliada**. São Paulo: Saraiva, 2002.

SAMPAIO, Marcos. **O conteúdo essencial dos direitos sociais**. São Paulo: Saraiva, 2013.

14

10

SARLET, Ingo Wolfgang; MARINONI, Luiz Guilherme; MITIDIERO, Daniel. **Curso de direito constitucional. 15ª ed.** São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2012.

SCHMITT, Carl. Verfassungslehre. Apud BONAVIDES, Paulo. **Curso de Direito Constitucional. 15ª ed.** São Paulo: Malheiros, 2004. p. 561.

VERDAN, T. L. **Comentários à Resolução nº 39/248 da ONU: A Proteção Internacional do Consumidor. Boletim Conteúdo Jurídico.**

Disponível em: <<http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,comentarios-a-resolucao-no-39248-da-onu-a-protecao-internacional-do-consumidor,55009.html>>. Acesso em: 10 fev. 2023.

WEBER, R. H. **O direito fundamental de defesa do consumidor nas relações privadas (Dissertação de Mestrado), Universidade Federal do Paraná**. Curitiba, 2009.

