

NOVOS DIREITOS DO CONSUMIDOR: INTERMEDIações VIA APLICATIVOS EM BAGÉ

RASCADO, Aline Teixeira Alves^{1*}
CORADINI, Caroline Garcia¹
MACHADO, Maria Augusta Netto¹
GARCEZ, Karine Melo¹
NASCIMENTO, Elisa Munhoz do¹
BITTENCOURT, Patrícia Xavier²
RODRIGUES, Natália Centeno²
FLORES, Maicon Varella²
NARDI, Suzana Catanio dos Santos²
PERBONI, Viviane²

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo analisar os novos direitos do consumidor, focando no consumo indireto, ou seja, aplicativos intermediadores. Além disso será verificado as responsabilidades frente as regulamentações existentes. A razão pela qual foi escolhido este novo direito do consumidor, foi baseado na era tecnológica, pois trouxe inúmeras ferramentas para facilitar o dia a dia das pessoas, dessa forma, a área do consumo teve grande crescimento com as criações dos aplicativos, sejam sobre alimentícios ou mobilidade urbana, como for exemplo o *Delivery Much* e *Garupa*, respectivamente. Em relação ao método utilizado para ilustrar os dados da pesquisa, utilizou-se o dedutivo, pois foi realizada uma análise geral das legislações existentes tanto no apoio ao consumidor em geral, com o Código de Defesa do Consumidor, quanto sobre as leis complementares que regulamentam a matéria específica. Como técnica de coleta, foram realizadas entrevistas com agentes estatais responsáveis, empresários, funcionários e os próprios consumidores para apoiar a pesquisa que também é de cunho exploratório, documental e bibliográfico, apoiando com teóricos sobre o assunto. Com o estudo teórico do presente artigo, pretendeu-se examinar historicamente o crescimento dos novos direitos do consumidor, os seus direitos fundamentais, aspectos psicossociais, éticos e também econômicos, para entendermos como este tema tão atual nos remete a inúmeros elementos sociais. Por fim, foi constatado que, a nível regional essas novas formas de consumo embora tragam mais facilidades, ainda não são aderidas por todos. Constatou-se que ainda há carência no que tange às regulamentações específicas, embora já existam discussões sobre essas novas relações de consumo.

Palavras - chave: Consumo, internet, aplicativo.

ABSTRACT: This paper aims to analyze the new consumer rights, focusing on indirect consumption, ie intermediary applications. In addition, responsibilities will be checked against existing regulations. The reason why this new consumer right was chosen was based on the technological age, because it brought countless tools to facilitate people's daily lives, so the area of consumption had great growth with the creation of applications, whether about food. or urban mobility, such as *Delivery Much* and *Croup*, respectively. In relation to the method used to illustrate the research data, the deductive was used, since a general analysis of the existing legislation was carried out both in the support to the general consumer, with the Consumer Protection Code, as well as on the complementary laws that regulate. the specific matter. In addition, interviews were conducted with responsible state agents, entrepreneurs, employees and consumers themselves to support research that is also exploratory, documentary and bibliographical, supporting with theorists on the subject. With the theoretical study of this article, it was intended to examine historically the growth of new consumer rights, their fundamental rights, psychosocial, ethical and also economic aspects, to understand how this very current theme brings us to numerous social elements. Finally, it was found that, at regional level, these new forms of consumption, although they bring more facilities, are not yet accepted by all. It was found that there is still a lack of specific regulations, although there are already discussions about these new consumer relations.

Keywords: Consumption, internet, application.

Discentes do Curso (Direito), Nível 2 2019/1- Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

Docentes do Curso (Direito), Nível 2 2019/1 - Faculdade IDEAU – Bagé/RS.

*E-mail para contato: carolcoradini@gmail.com

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Sabe-se que a globalização alavancou muitos setores no Brasil, e as áreas tecnológicas obtiveram grande ascensão com o advento da internet e consequentemente aumentou o consumo *online*. Após o decorrer dos anos, a era digital trouxe novos desafios advindos da utilização dos aplicativos, os quais são ferramentas com banco de dados para facilitar o acesso a programas específicos de internet, seja referente à alimentação, transporte, moradia, etc. Com isso, ocorreram mudanças que chamaram a atenção da sociedade, inclusive sobre seus novos direitos e deveres referente a estas novas formas de consumir. Dessa forma, o presente trabalho se justifica pela rápida evolução do consumo de produtos e serviços pelos meios eletrônicos, sendo o aplicativo atualmente como o grande intermediador.

O presente trabalho tem como objetivo geral analisar os novos direitos do consumidor com enfoque no consumo indireto refletindo sobre os impactos dos intermediários e suas responsabilidades. Tem como objetivos específicos analisar os aspectos psicossociais do consumismo; analisar as legislações existentes; refletir pela ótica filosófica sobre questões éticas das relações de consumo; verificar as instituições sociais que amparam os agentes envolvidos; analisar a atuação do ente estatal responsável; relacionar os direitos da personalidade aos novos direitos do consumidor e seus direitos fundamentais; apontar a relação entre o desenvolvimento econômico da sociedade e a nova forma de consumo.

Percebeu-se que existem muitas dúvidas acerca dos direitos, garantias, obrigações e responsáveis destas novas relações comerciais, por isso, será questionado se o direito como agente de atuação nas relações de consumo e a justiça estão preparados para julgar eventuais problemas.

Através do método dedutivo será feita uma análise geral, analisando as legislações de apoio ao consumidor e após seguir para o âmbito regional, a fim de verificar na cidade de Bagé como funcionam os aplicativos e a atuação dessa nova forma de consumo. Além disso, serão realizadas entrevistas com agentes estatais responsáveis, empresários, funcionários e os próprios consumidores para apoiar a pesquisa que também é de cunho exploratório e documental. Por fim, através da pesquisa bibliográfica serão utilizados e analisados artigos acadêmicos, teses e livros de teóricos a fim de contribuir com a presente pesquisa que também é de cunho exploratório, visando assim, descobrir fatos inéditos e/ou esclarecer outros já conhecidos.

2 DESENVOLVIMENTO

Neste ponto do texto, será apresentado o referencial teórico, ou seja, serão especificados os assuntos acerca do tema conforme embasam autores da área. Além disso, realizar-se-á a descrição metodológica dos procedimentos utilizados para o desenvolvimento do artigo e, ao final, será demonstrado os resultados encontrados a partir da análise realizada.

2.1 Referencial Teórico

2.1.1 Os novos direitos no Brasil

Os novos direitos no Brasil são, em suma, reflexos do desenvolvimento da sociedade e das ações sociais dos novos sujeitos nos quais construíram, com o passar dos anos, maior capacidade de lutar por seus direitos em busca da satisfação das necessidades humanas. Schwenck (2002, p. 53) afirma que “os novos direitos objetivam assegurar a todos garantias antes não reconhecidas, dentro da indispensável convivência social, necessárias à sobrevivência da sociedade organizada”. Wolkmer (2016, p. 45) insere o termo “novos” entre aspas, visto que entende que esses direitos nem sempre são inteiramente novos. Complementa ainda que:

Na verdade por vezes o novo é o modo de obter direitos que não passam mais pelas vias tradicionais – legislativa e judicial – mas provem de um processo de lutas específicas e conquistas das identidades coletivas plurais para serem reconhecidas pelo Estado ou pela ordem pública constituída.

É notável que esteja em desenvolvimento uma estruturação de um novo cenário para a teoria jurídica, na qual contemplará os novos direitos da sociedade desde a sua história antiga até sua crescente e gradativa evolução. Nesse sentido ainda, “trata-se de uma verdadeira revolução em que fenômenos novos e desafiadores impõem-se à ciência jurídica da modernidade, seja na esfera da teoria do direito (público ou privado), seja no âmbito do direito processual convencional”, salienta Wolkmer (2016, p. 39).

A globalização e o neoliberalismo trouxeram consequências à sociedade de maneira que o direito de forma convencional não seja mais suficiente para com as realidades emergenciais. Além disso, os novos problemas inseridos pela atual sociedade, além dos

conflitos, geram também novas formas de direito, advindos do pluralismo jurídico, nas quais estimulam e inserem em dificuldade a dogmática jurídica tradicional.

A afirmação contínua e a materialização pontual de necessidades individuais (pessoais), coletivas (grupos) e metaindividuais (difusas) que emergem informalmente de toda e qualquer ação social, advindas de praticas conflituosa ou cooperativas, estando ou não previstas ou contidas na legislação estatal positiva, mas que acabam se instituindo formalmente. (WOLKMER, 2018, p. 27)

Sabe-se que as necessidades humanas estão em constante alteração, pois contam com diversas variáveis, como por exemplo, o contexto social. Ademais, “por serem inesgotáveis e ilimitadas no tempo e no espaço, as necessidades humanas estão em permanente redefinição e criação”, diz Wolkmer (1994, p. 42). Dessa forma, exige-se de maneira mais fortemente dos operadores do direito que a justiça acompanhe o crescimento das exigências da população, tendo em vista o desenvolvimento e formação de novos princípios jurídicos.

Norberto Bobbio (1992, p. 73, apud NIELSSON e PINTO) levanta a questão dos novos direitos, partindo dos direitos humanos e considerando o avanço da eletrônica, da química, da física, da biologia, da cibernética e de outros ramos do conhecimento científico. Dessa maneira, o novo milênio trouxe à sociedade contemporânea novas exigências e áreas do saber. O professor Vicente Barreto (1994, p. 454) adverte que “somente inserindo-se no processo de elaboração legislativa a dimensão ética, expressão da autonomia do homem, é que a ordem jurídica poderá atender às novas realidades sociais, produto da ciência e da tecnologia”.

O processo histórico de criação ininterrupta dos novos direitos fundamenta-se na afirmação permanente das necessidades humanas específicas e na legitimidade de ação dos novos atores sociais, capazes de implementar práticas diversificadas de relação entre indivíduos, grupos e natureza (NIELSSON e PINTO, 2015, p. 14).

Ademais, é de suma importância destacar que os paradigmas das legitimações sofrem alterações a partir dos surgimentos desses novos direitos. Esse processo surge “não por temor ou obediência, mas porque os atores sociais reconhecem tal condição como boa e justa” ensina Wolkmer (2007, p. 76). A partir dessa nova forma de reflexão, sucedeu então ao desenvolvimento e ascensão de novos atores políticos envolvidos pela busca da satisfação das reivindicações e necessidades da população.

Não há como negar certo avanço dos tribunais superiores no reconhecimento da legitimidade de se propor ação civil pública em defesa dos direitos difusos, particularmente aqueles “novos” direitos referentes ao meio ambiente e aos

consumidores. Houve de fato uma superação do processo civil clássico ligado essencialmente aos interesses intersubjetivos, para uma adaptação à solução de conflitos de massa, com vistas a esta adaptação decorreu a necessidade da remodelação de antigos dogmas da processualística tradicional, principalmente os atinentes à coisa julgada, à legitimação e poder do juiz (LEITE, 1996, p. 28-29).

As inserções do novo direito iniciam-se a partir de fenômenos históricos de acordo com as relações e movimentos sociais e atualizaram-se de acordo com o avanço da tecnologia e o aumento do consumo. Os conflitos do mundo globalizado, capitalista e consequentemente consumista vão desde questões cibernéticas à crise ambiental.

Por esta razão, começaram a surgir no ordenamento jurídico nacional novas figuras e novos instrumentos objetivando defender a coletividade, instaurando a tutela de interesses meta-individuais específicos, como são os casos da Lei no 7.347/85 (Lei da Ação Civil Pública), Lei no 7.853/89 (Proteção às Pessoas Portadoras de Deficiência), Lei no 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente), Lei no 8.078/90 (Código de Defesa do Consumidor) e novos dispositivos sobre os direitos da personalidade introduzidos pela Constituição Brasileira de 1988 (Título II, capítulo I, art. 5º, incisos 5, 9, 10, 14, 25, 27 e 28) (BITTAR, 1999, p. 56-57).

Percebe-se, pois, que novas realidades abrangem com preocupação a atual sociedade e os direitos das “minorias” vem adquirindo mais atenção, como, por exemplo, referente a perspectiva feminina, a criança e o adolescente, idosos, indígenas e também os consumidores, considerados hipossuficientes.

2.1.2 O Código de Defesa do Consumidor e sua evolução

Em termos primitivos, nota-se que a proteção ao consumidor pode ser identificada em textos muito antigos como no sagrado Código de Manú na Índia de meados do século XIII a.C., onde previa multa, punição e ressarcimento de danos àqueles que adulterassem gêneros ou entregassem coisa de espécie inferior àquela certada, ou vendessem bens de igual natureza por preços diferentes (ALMEIDA NETO, 2010).

Com a evolução dos fatos sociais, surge no século XX o Estado de bem-estar com a finalidade de garantir o bem-estar econômico e social da população e seus direitos individuais e políticos, surgindo como resposta a exploração e miséria da grande parte da população gerada pelo abuso de mão de obra, logo, passou a intervir na economia para promover justiça social e nas constituições publicadas adotando este tipo de Estado, os direitos individuais eram mais importantes que os sociais, regulados como normas pragmáticas dependendo de regulamentação e assim ocorreu na Constituição Brasileira de 1988, que definiu “o Estado

promoverá na forma da lei, a defesa do consumidor” exigindo assim que o Estado abandonasse a posição de espectador do consumidor, para acatar um modelo jurídico e uma política de consumo que protegesse o consumidor (PEDRON, 2000).

Antes da era industrial, o produtor-fabricante era simplesmente uma ou algumas pessoas que se juntavam para confeccionar peças e depois trocar os objetos (bartering). Com o crescimento da população e o movimento do campo para as cidades, formam-se grupos maiores, a produção aumentou e a responsabilidade se concentrou no fabricante, que passou a responder por todo o grupo (SOUZA, 1996. p. 48).

Conforme Azevedo (2009), o direito do consumidor teve origem pela necessidade de corrigir os desequilíbrios existentes na produção e no consumo em massa, o que tornou os fornecedores mais fortes que os consumidores, pois além de deterem o poder econômico, ainda detinham os dados dos bens produzidos, formulando assim a ideia de hipossuficiência pela parte do consumidor, gerando uma vulnerabilidade nas relações de consumo.

2.1.3 Comércio eletrônico ou E-commerce

Em termos históricos, sabe-se que o comércio é a troca de bens e serviços remunerados entre pessoas, cujo efeito desta troca é a geração de riquezas, com uma forma mais evoluída deste conceito, tem-se atualmente o *E-commerce*, ou em português, comércio eletrônico. Segundo Fábio Ulhoa Coelho (2015, p. 32), o comércio eletrônico pode se conceituar como:

A venda de produtos (virtuais ou físicos) ou a prestação de serviços realizadas em estabelecimento virtual. A oferta e o contrato são feitos por transmissão e recepção eletrônica de dados. O comércio eletrônico pode realizar-se através da rede mundial de computadores (comércio internáutico) ou fora dela.

O comércio eletrônico ou *e-commerce* refere-se a uma ampla gama de atividades de negócios *on-line* para produtos e serviços. Trata-se também, de qualquer forma de transação comercial na qual as partes interagem eletronicamente, e não por trocas físicas ou contato físico direto. É geralmente associado à compra e venda pela internet ou à realização de qualquer transação, envolvendo a transferência de propriedade ou direitos de uso de bens ou serviços, por intermédio de uma rede mediada por computador (GOMES, 2018).

Os privilégios do *E-commerce* contem disponibilidade constante, velocidade e simplicidade de acesso, grande disponibilidade de bens e serviços para o consumidor e

obtenção internacional. Suas desvantagens percebidas envolvem atendimento ao cliente, raramente limitado, nos quais os consumidores não são capazes de enxergar ou pegar em um produto antes da compra, e as vezes, o prazo de espera fundamental para o envio do produto é ultrajado, outra desvantagem é referente a violação de normas relativas a este tipo de comercialização.

No ano de 2019, foi realizada uma pesquisa através do site do *E-commerce* Brasil em diversas capitais pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), sendo entrevistados em média 815 consumidores de ambos os gêneros. O estudo revelou que mais de 51% das pessoas haviam feito compras via aplicativos, sendo em média 39% para contratação de transportes e 24% para comidas *delivery*¹.

Junto com o crescimento do *E-commerce*, está cada vez mais acessível estabelecer um negócio rapidamente e com pouco investimento. Os privilégios são evidentes: um negócio mais ativo e proveitoso, mínimo gasto desnecessário de tempo e mais aperfeiçoamento. Além disso, o fato de não precisar aplicar um estabelecimento físico torna o negócio muito mais fácil de iniciar. Como exemplos de aplicativos do comércio eletrônico pode-se citar o *Ifood*, uma das opções mais acessíveis para pedir comida em casa ou no trabalho. O “*app*”², muito popular entre os usuários de *smartphone*³, permite pedir refeições de restaurantes ou lanchonetes próximos, diretamente do celular, sem precisar gastar créditos com ligações (JESUS, 2016). Cita-se também o *Uber*, uma empresa multinacional americana, prestadora de serviços eletrônicos na área do transporte privado urbano, por meio de um aplicativo de transporte que autoriza a busca por motoristas fundada na localização, em inglês *E-hailing*⁴, oferecendo uma função parecido ao habitual táxi.

2.1.4 Os direitos fundamentais do consumidor

A proteção ao consumidor é representada por leis e organizações com o intuito de zelar pelos direitos e deveres dos consumidores, além de disciplinar as relações e as

¹ Entrega, distribuição ou remessa.

² Aplicativo, software.

³ Celular com tecnologias avançadas.

⁴ Ato de requisitar um táxi através de um aplicativo eletrônico.

responsabilidades entre o fornecedor e consumidor final. Os avanços tecnológicos levaram a população a outra esfera de consumo, utilizando cada vez mais os meios eletrônicos. O consumo excessivo de produtos e serviços fez com que fossem necessárias regulamentações governamentais que disciplinam essa matéria. Na Constituição Federal, encontra-se a proteção ao vislumbrar o artigo. 5º, inciso XXXII, onde aduz que, “o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, fator esse que garante sua condição de cláusula pétrea, conforme se depreende da leitura do artigo. 60, § 4º, IV, do mesmo Diploma legislativo (BRASIL, 1988).

Além disso, o mesmo artigo da Constituição trouxe em seu Título II, os Direitos e Garantias Fundamentais, subdivididos em cinco capítulos, sendo que será visto aqui o primeiro deles, os direitos individuais e coletivos, que são os direitos ligados ao conceito de pessoa humana e à sua personalidade, tais como à vida, à igualdade, à dignidade, à segurança, à honra, à liberdade e à propriedade. Bittar (1995) diz que se pode afirmar com toda segurança que os direitos da personalidade são os direitos fundamentais vistos sob a ótica do direito privado. O autor complementa ainda que “os direitos da personalidade qualificam-se a partir de caracteres bem definidos, tratando-se de direitos inatos, absolutos, extrapatrimoniais, intransmissíveis, imprescritíveis, impenhoráveis, vitalícios, necessários e oponíveis *erga omnes*”.

Os Direitos Fundamentais, Liberdades Públicas ou Direitos Humanos é definido para Silva (1992) como um conjunto de direitos e garantias do ser humano, cuja finalidade principal é:

O respeito a sua dignidade, com proteção ao poder estatal e a garantia das condições mínimas de vida e desenvolvimento do ser humano, ou seja, visa garantir ao ser humano, o respeito à vida, à liberdade, à igualdade e a dignidade, para o pleno desenvolvimento de sua personalidade. Esta proteção deve ser reconhecida pelos ordenamentos jurídicos nacionais e internacionais de maneira positiva.

Além disso, os direitos da personalidade se assumem como sendo dos direitos da própria pessoa, ou seja, são postos na frente do Estado em uma escala de preferência. Esses direitos também abarcam o consumidor, pessoa física ou jurídica na qual encontra-se em uma relação de consumo. Além disso, essa mesma relação comercial pode haver diversas lesões e atentados ao seu direito de personalidade advindos da multiplicidade de formas de contato consumerista, entre consumidor e fornecedor/prestador. Percebeu-se que o que mais tem motivado estes danos ocorrerem foi segundo Alessandro Zeni et. al. (2015, p. 196) “o caráter

invasivo das técnicas de comunicação, informação, produção e circulação de bens e publicidade”.

Desse modo, desde simples compra em supermercado, ou em loja, a realização de viagens, de negócios ou de lazer; desde a fruição de serviços públicos, a internação e a manutenção em hospitais; desde a integração a consórcios, ou a planos de saúde, a efetivação de operações eletrônicas em bancos e entidades financeiras, enfim, em extenso universo fático, podem eclodir danos de natureza moral (BITTAR, 1996, p. 25).

O mesmo autor complementa ainda que “uma das flagrantes hipóteses de proteção da personalidade, fragilizada nas relações de consumo, é a da reparação civil por danos morais, legalmente acolhida, no âmbito dos direitos do consumidor”. Dessa maneira, percebe-se que existe uma relação tênue entre os direitos da personalidade e a responsabilização civil por danos de natureza moral, porém é importante salientar que nem sempre a lesão a direito da personalidade acarreta necessariamente dano moral.

Frise-se, no entanto, que nem todo atentado a direitos da personalidade em geral é apto a gerar dano de cunho moral, porque se pode esgotar em aspectos físicos ou materiais do contexto correspondente, ou, simplesmente, produzir seus efeitos, no âmbito patrimonial, em função da classificação adotada, que, em Clóvis Beviláqua, encontra ressonância. (BITTAR, 1999, p. 61).

O instrumento que o consumidor tem a disposição no âmbito comentado é a ação civil de reparação de danos morais, visto que afeta a reputação ou intimidade (arts. 76, 159, 1.056, 1.518/ 1.532 C. Civil; art. 5º CF 88; inc. VI, art. 6º CDC). Pode ser acumulado ou não com outros danos, como por exemplo, a reparação por danos materiais (lucros cessantes e danos emergentes). Encontra-se proteção legal também o constante da Lei 8.078/90, em seu art. 6º, inc. VI (“São direitos básicos do consumidor: a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos”).

Nesse sentido, proclamaram-se os direitos fundamentais do consumidor – em que, ao lado de alguns de caráter patrimonial, avultam os direitos da personalidade –, instituindo-se, sob o prisma processual, esquemas adequados à satisfação de interesses lesados. (BITTAR, 1992, p. 2).

Assim, os direitos fundamentais surgiram da própria natureza humana, tendo por sua vez um caráter que não pode ser violado, não tem limitação de tempo e são válidos para todos os povos sem diferenciações. São os direitos da personalidade nas quais abrangem tanto pessoas físicas quanto jurídicas, com relação direta à proteção da dignidade da pessoa humana.

2.1.5 Os aspectos psicosociais do consumo

Foi na década de 80 que o consumo passou a interessar aos cientistas sociais que deram origem a duas suposições perante o assunto, a primeira seria de que o consumo é cultural, representando um papel fundamental no processo de reprodução de comunidades, ou seja, dizendo como o indivíduo deveria se vestir, agir ou até mesmo o que deveria consumir. A segunda fundamentação baseia-se na sociedade contemporânea, onde o consumo desempenha um papel muito além do que realmente é necessário ou satisfaz (BARBOSA, 2004), evidenciando assim a passagem do consumo que seria parte da essência existencial, para o consumismo, onde se obtém produtos supérfluos por influência da publicidade e pela facilidade de compra tornando assim o principal propósito da existência do homem moderno. Pode-se dizer então que o consumo ficou ligado à felicidade, pois não há uma preocupação em satisfazer as necessidades essenciais de cada um e sim suprir seus anseios sempre crescentes. Contudo, essa felicidade é efêmera, abastecendo o indivíduo por pouco tempo e fazendo com que necessite consumir mais para se recuperar, não tendo tempo hábil para usufruir do produto, já que em pouco tempo se tornará ultrapassado sendo necessária a sua troca por outro mais novo

a maioria dos bens valiosos perde seu brilho a sua atração com rapidez, e se houver atraso eles podem se tornar adequados apenas para o depósito de lixo, antes mesmo de terem sido desfrutados. E quando graus de mobilidade e a capacidade de obter uma chance fugaz na corrida se tornam fatores importantes no que se refere à posição e ao respeito, bens volumosos mais parecem um lastro irritante do que uma carga preciosa (BAUMAN, 2008, p. 45).

Os hábitos de consumo dos brasileiros mudaram radicalmente nos últimos cinco anos, com a evolução dos *smartphones*¹ quase todo tipo de serviço está ao alcance dos dedos e não se sabe exatamente a dimensão do peso que esses “gastos invisíveis” têm no orçamento de cada usuário destes serviços. No que tange os aplicativos de transporte, pesquisas apontam que os mesmos comprometeram em média 9,5% da renda dos 72 mil usuários utilizadores da plataforma a nível Brasil, logo abaixo vindo às despesas com aplicativos de entrega de comida, que teve uma média de 8,1% da renda dos 38 mil usuários do serviço (LEITE, 2019).

Com a intervenção da internet nos meios de consumo, a influência das mídias sociais acabou facilitando e aproximando o consumidor do produto, pois além de haver uma exposição exacerbada dos produtos fazendo com que o consumidor sintasse atraído, tem-se a facilidade e o conforto de não precisar sair de casa.

2.1.6 Aspectos econômicos

Adam Smith questionava-se como sobreviveria uma comunidade onde cada indivíduo primeiramente se preocupasse com seus interesses particulares e partindo disto procurou explicar que as ações individuais são complementadas pelo mercado, o que chamou de “mão invisível”, onde defendia que sem a intervenção de órgãos externos ou do governo, a economia seria livre e o preço de seus produtos seriam ditados pelo próprio mercado conforme sua necessidade (NONATO, 2018). Segundo Smith (1996), as “leis” do mercado aliadas ao egoísmo dos agentes conduziram para a harmonia social, ou seja, a confrontação dos interesses naturais por si só leva a concorrência fazendo com que os indivíduos produzam o que a sociedade necessita (MEDEIROS, 2014). Segundo

Adam Smith foi decisivo na consolidação de um pensamento segundo o qual a busca pelo auto-interesse egoísta conduziria inevitavelmente ao progresso social. Sua *mão invisível*, que atuaria harmonizando os interesses sociais, apesar de não passar de uma crença, passou a ser aceita como verdade absoluta, constituindo-se a base do liberalismo econômico. Ora, dado que os interesses privados levavam ao interesse coletivo, não havia porque não se garantir aos agentes econômicos a maior liberdade possível (COELHO, 2006, p. 182).

E é do desejo de melhorar sua própria condição que os indivíduos produzem, cada um deve fazer aquilo que sabe de melhor e procurar outros indivíduos que produzam coisas diferentes para negociação desenvolvendo-se assim especialização e a divisão do trabalho, que para Smith, é a origem da riqueza das nações (ALMEIDA, 2015).

2.1.7 Ética nas relações de consumo

Notamos estranhamente que, raras vezes, as teorias éticas se interessaram expressamente pelo consumo, que afeta extremamente a vida dos seres humanos. Essa constatação é claramente observada na demonstração que Cortina (2002) faz dos caminhos éticos do consumo. O romantismo, propiciou auxílio ético aos modelos de consumo inquieto,

contínuo e insaciável, base para uma filosofia essencial para a dinâmica do consumismo, que legitima “a busca do prazer como bom por si mesmo, a autoexpressão e a autogratificação, do gosto pela novidade, da busca de originalidade na vida e na arte, tão importante para os padrões da moda”, conforme Cortina (2002, p. 187).

Em sua retrospectiva, a autora avalia se o utilitarismo é uma ética mais compatível que a romântica para construir uma ética do consumo, situada dentro da perspectiva da dignidade humana. Ela segue seu raciocínio demonstrando que a ética utilitarista dispõe-se a observar o comportamento humano baseando-se em dois fatores: as consequências que se seguem às ações e não em possíveis valores intrínsecos a elas mesmas e a utilidade como uma característica para medir as consequências.

Com isso, impõe que o utilitarismo, como teoria ética geral e como teoria particular do consumo, possui insuficiências. Segundo seu juízo, “o modo de pensar utilitarista, com sua redução da razão ética à razão calculista, ‘vicia’ as análises éticas na vida cotidiana, sobretudo a vida pública, as desconstrói ao orientá-las até o que se pode medir pela utilidade”. (CORTINA, 2002, p. 195). Considerando a possibilidade de uma ética do consumo baseada a partir da ideia de uma igual dignidade em justiça e felicidade, da grande ambição de uma humanidade que se busca autônoma em matéria de consumo, Cortina (2002) mostra o consumo justo e corresponsável encaixando as formulações clássicas do imperativo categórico kantiano, propondo um Pacto Global sobre o Consumo para delinear traços de uma ética do consumo.

A filósofa espanhola traduz em normas universalizáveis a sua concepção. Se a universalização de uma norma de consumo finda os recursos naturais, então é moralmente inaceitável. A primeira norma para o consumo seria transcrita desta maneira: “Consome de tal modo que tua norma seja universalizável sem pôr em perigo a manutenção da natureza” Cortina (2002, p. 245). Reforça-se a ideia de que esse primeiro princípio corresponde a uma ética ecológica que busca respeitar o equilíbrio mundial da natureza e sua diversidade, numa mudança de princípio antropocêntrico pelo biocêntrico. Com relação à segunda formulação do imperativo aplicada ao consumo, “consome de tal modo que respeites e promovas a liberdade de todo o [sic] ser humano, tanto em tua pessoa como na de qualquer outra, sempre ao mesmo tempo” (CORTINA, 2002, p. 246), expressa claramente que a liberdade é a categoria moral principal porque é a que embasa os seres humanos como fins em si mesmos. A terceira formulação: “Assume, junto com os outros, as normas de um estilo de vida de consumo que

promovam a liberdade em tua própria pessoa e na de qualquer outra fazendo possível um universal” (CORTINA, 2002 p. 248), nos convoca a participar politicamente da coisa pública, expondo-nos, mas também organizando grupos de pressão e de propostas, transformando atitudes e promovendo estilos de vida em que as mercadorias estejam a serviço da liberdade, entendida num duplo sentido: como autonomia e como autorrealização, como a capacidade de escolher por um próprio modelo de felicidade escolhido sem imposições externas.

Sem comunidade ética não há transformação de atitudes, ainda que possa existir uma comunidade política, códigos do consumidor, declaração de direitos e de deveres. Uma norma para uma ética do consumo justo e responsável, poderia assim ser formulada: “Assume, junto com outros, estilos de vida que promovam a capacidade das pessoas de defenderem dialogicamente seus interesses e não ponham em perigo a sustentabilidade da natureza, e incentive associações e instituições que trabalhem neste meio” conforme (CORTINA, 2002, p. 254).

Uma ética do consumo é muito mais que uma reflexão sobre as condutas honestas ou desonestas no sistema de mercado, é mais que uma ética do consumidor, considerada uma subárea da ética do marketing. Trata-se de considerar um fenômeno, como o do consumo, que inclui todos os seres humanos, como um lugar favorecido em que a economia se faz vida cotidiana e em que a vida cotidiana se busca a economia, com sua carga de motivações, crenças, identidades, juízos e ideais morais.

Busca formar teorias éticas específicas que reflitam a conduta honesta ou desonesta dos consumidores. A responsabilidade do cidadão como consumidor excede o âmbito do contrato e se refere à responsabilidade por sua forma de consumo e pela forma de a sociedade à qual pertence consumir, na medida em que forma parte dela e pode influir nela.

Nesse modo, três valores centrais articulam essa responsabilidade: a responsabilidade por si (autonomia), ao ter a atuação de seu consumo; a responsabilidade por sua possível influência na atuação dos demais (participação em organizações), ao defender direitos, reclamar o cumprimento de deveres e exigir responsabilidades de empresas e poderes públicos; e a responsabilidade por sua possível influência nas instituições nos níveis local e global (corresponsabilidade), no compromisso de trabalhar na tarefa de criação de instituições, de aproveitar as existentes, insistindo na possibilidade de influenciar a opinião pública.

2.1.8 Órgãos atuantes na defesa do consumidor

Segundo Alexandre Frigério (2016), gestor de relacionamento do IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), a entrega em domicílio ou *delivery*¹, é um serviço, e para ele se aplicam as regras do CDC (Código de Defesa do Consumidor). O consumidor tem o direito que seja cumprido o que lhe foi ofertado, de acordo com o artigo 30 do CDC e o cumprimento adequado da prestação do serviço, artigo 20 do CDC. Isso configura que se a entrega do serviço não está de acordo com o que foi encomendado, isso configura má prestação do serviço, de acordo com a artigo 35 do CDC, dando ao consumidor o direito de exigir um desconto proporcional ou cancelar o pedido sem necessidade de pagar por ele. Pode também exigir outro produto nas condições prometidas, entrando em contato com o fornecedor. Muitas pessoas que não sabem desses direitos, não os exigem. Sabe-se que fazer valer o seu direito é trabalhoso e cansativo, porém isso fará com que o fornecedor mude de postura e passe a respeitar mais aos consumidores. Quando o caso é pedido de refeição é importante registrar: tempo estimado de entrega, o nome do atendente, o horário do pedido, nome do entregador. Assim terá subsídios para reclamar se necessário.

Há também aplicativos de mobilidade urbana, que através do mesmo aplicativo, tem objetivo de trazer economia e segurança do começo ao fim do trajeto. Nesses casos, há uma série de critérios a seguir para ser um motorista em conformidade com a Lei Federal 13.640/2018, que regulamenta os aplicativos de mobilidade urbana em todo país. O candidato não pode ter antecedentes criminais e deve possuir observação EAR (Exerce atividade remunerada), na carteira de habilitação. Nas diversas cidades do Rio Grande Do Sul, citamos como o exemplo das demais, a regulamentação que rege o serviço de transporte por aplicativo, após três audiências públicas e debates internos no Legislativo, aprovado por unanimidade. A importância e relevância social de existir essa regulamentação, e no caso dos aplicativos desobedecerem as normas estabelecidas, o consumidor tenha assegurado seus direitos de ir além deles, procurando os órgãos competentes, que lhes assegurará a defesa, responsabilizando e punindo quem deixou de cumpri-los.

Em relação à regulamentação, no âmbito nacional a matéria já foi aprovada através da Lei Federal 13.640, como informado anteriormente. A legislação, entre seus artigos,

determina que a regulamentação deve ser feita pelos municípios. Nesse sentido, em 22 de outubro de 2019 aconteceu na Câmara de Vereadores de Bagé, por iniciativa da Comissão de Infraestrutura, desenvolvimento econômico e transportes, uma audiência pública para debater a regulamentação do transporte remunerado através de aplicativos. Motoristas de transporte particular, taxistas e vereadores, representantes da Prefeitura e das empresas de ônibus e população em geral puderam expor suas opiniões acerca do tema. Conforme matéria publicada pelo Jornal Minuano, as partes envolvidas concordaram com a necessidade da regulamentação específica. Um anteprojeto de lei para a regulamentação já está esboçado na Câmara Municipal e deve ser finalizado para ser enviado para o Executivo.

Nesse sentido, o Código de Trânsito Brasileiro alterou recentemente a penalidade para quem transporta passageiros mediante remuneração, sem autorização para atuar. A lei nº 13.855 de 8 julho de 2019 tornou tal pena mais rigorosa na qual passou de infração média a gravíssima, punida com multa e remoção do veículo.

Sociologicamente é muito importante existir órgãos competentes que regulamentem as ações das leis não respeitadas pelo fornecedor. O consumidor pode reclamar do PROCON que dá apoio ao atendimento ao consumidor, mas se restringe às relações de consumo entre consumidores pessoa física e jurídica que se sentirem lesados, podendo abrir processo administrativo, desde que apresentem comprovantes e envia ao órgão competente, a Defensoria Pública. Defensoria pública, o Procon encaminha aos órgãos competentes através dos Juizados Especiais ou Justiça Comum. Ao Ministério Público cabe confiscar bens, para o pagamento do prejuízo ao consumidor, desde que tenha sido julgado procedente.

2.2 Metodologia

O planejamento, como se sabe, é o alicerce de uma boa pesquisa científica. Para isso, os processos e métodos que serão utilizados são previamente estudados e ordenar-se-ão de forma que auxilie na construção do conhecimento. “O processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico visa à produção de conhecimento novo” (GIL, 2007, p. 42).

Método é a forma de proceder ao longo de um caminho. Na ciência, os métodos constituem os instrumentos básicos que ordenam de início o pensamento em sistemas e traçam de modo ordenado a forma de proceder do cientista ao longo de um percurso, para alcançar um objetivo. (TRUJILLO FERRARI, 1982, p. 24)

Por outro lado, existem muitas definições sobre metodologia, nas quais variarão de acordo com a investigação e especificidade escolhida. Em contra ponto, Hegenberg (apud LAKATOS; MARCONI, 2007, p. 115) pontua que “método é o caminho pelo qual se chega a determinado resultado, ainda que esse caminho não tenha sido fixado de antemão, de modo refletido e deliberado”. Dentre as diferentes percepções dos tipos de métodos de pesquisa existentes, o presente estudo guiar-se-á pelo método dedutivo, visto que é o método que parte da visão geral para seguir para a análise do particular. “Parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal, isto é, em virtude unicamente de sua lógica” (GIL, 2007, p. 9).

Ademais, conforme os objetivos de pesquisa de cunho investigativo, será utilizada a pesquisa exploratória, pois se pretende descobrir fatos novos e/ou explicar outros já conhecidos. Cervo, Bervian e Silva (2006) complementam que a pesquisa exploratória estabelece critérios, métodos e técnicas para a elaboração de uma pesquisa e visa oferecer informações sobre o objeto desta e orientar a formulação de hipóteses.

Além disso, utilizar-se-á a pesquisa bibliográfica, pois tem grande influência teórica para com o estudo, visto que será feita a análise de teses, artigos científicos e livros de autores sobre o tema, além de interpretação acerca das teorias existentes.

A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem porém pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Quanto aos procedimentos utilizados na coleta de dados, Gil (2007, p. 68) afirma que “essa classificação não pode ser considerada de forma rígida, já que muitas vezes, as pesquisas não se enquadram facilmente num ou noutro modelo”. Esta pesquisa terá como procedimento inicial a coleta de dados advindo das fontes bibliográficas, teóricos e estudiosos acerca do tema e posteriormente serão realizados levantamentos de dados junto ao ente responsável de apoio como o Procon/RS, empresários que administram empresas na cidade Bagé como o Garupa, funcionários como os motoristas e os próprios consumidores.

2.3 Análise dos Resultados

Tendo em vista o objetivo do presente trabalho que é analisar os novos direitos do consumidor com enfoque no consumismo indireto, refletindo sobre os impactos dos intermediários do consumo e suas responsabilidades, foi realizada uma entrevista semiestruturada com o gestor dos aplicativos de mobilidade urbana Garupa e de transporte de alimentos *Delivery Much* na cidade de Bagé. Foram observados aspectos quantitativos e qualitativos, nas quais serão abordados abaixo.

O empresário conta que a empresa Garupa é considerada uma empresa de comunicação, pois faz o intermédio entre o motorista e o passageiro. A empresa está instalada na cidade de Bagé desde maio de 2018 e conta hoje com cerca de 100 motoristas, entre homens – em sua grande maioria – e mulheres. O gestor explica que tal negócio tem suma importância social e também econômica, pois gera emprego, renda às famílias, e impacta positivamente a arrecadação tributária. Além disso, outros setores são beneficiados, como o setor de óleos e combustíveis, autopeças, oficinas mecânicas, autoescolas, corretoras de seguro, além de outros como o setor de alimentação, entretenimento, farmácias e comércio. Foi realizada também uma entrevista semiestruturada com motoristas do referido aplicativo na qual foram constatados aspectos positivos e negativos. Entre eles foi dito que “é um trabalho que se for bem explorado é lucrativo e vale a pena, porém não há rotina e por isso precisa ser mais disciplinado do que em outras profissões devido à flexibilidade de horários”.

Além disso, foi realizado um quiz com 94 (noventa e quatro) pessoas por intermédio do *whatsapp* na qual foram respondidas questões relacionadas ao consumo via aplicativos. Foi verificado que 58,5% das pessoas que utilizam os serviços disponíveis na plataforma digital são pessoas com idade de 19 a 29 anos e 70,2% são mulheres. Já os 58,5% que utilizam esses serviços se distribuem da seguinte forma: 25,5% utilizam o aplicativo de transporte de alimentos *Delivery Much*, 18,1% usam *Ifood*, que também é um serviço de entrega de alimentícios e 14,9% usam o de mobilidade urbana Garupa. Ainda, 29,8% informaram não utilizar nenhum aplicativo de consumo (produto ou serviço). Em relação ao método de pagamento 65% das pessoas utilizam cartão de crédito ou débito, devido à maior segurança.

Mais da metade das pessoas que responderam o questionário, mais precisamente 54,3% informaram que é “pouco provável” utilizar tal serviço no dia a dia, 28,7% responderam “muito provável” e 11,7% disseram “nada provável”. Este dado mostra que essa nova forma de consumo ainda é bastante nova, pois mais da metade utilizam tal serviço esporadicamente. Ademais, 36,2% gastam mensalmente de R\$ 40,00 a R\$ 60,00, em relação a totalidade, esta porcentagem representa um número baixo de usuários, visto que 30,9% responderam não gastar nenhum valor, visto que não utilizam os aplicativos. Em relação a frequência de uso, 31,9% responderam utilizar algum aplicativo pelo menos 1 (uma) vez na semana.

Por fim, foi possível perceber que o uso dos aplicativos intermediadores é algo que vem crescendo gradativamente, mas muitas pessoas ainda não utilizam nenhum tipo de aplicativo para consumir produtos ou utilizar serviços como, por exemplo, para entrega de alimentos ou o seu próprio transporte.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os novos direitos baseiam-se no desenvolvimento da sociedade, na evolução dos fatos sociais, onde surgem fenômenos novos e desafiadores a ciência jurídica, fazendo com que o direito de forma convencional não seja mais suficiente para com as realidades emergenciais, e além dos conflitos que derivam dessa evolução, tem-se também novas formas de direito.

Com a constante evolução e as alterações das necessidades humanas, surgem às novas formas de consumo ou os intermediadores de serviços, que visam facilitar a vida dos consumidores que podem adquirir bens ou contratar serviços como o de transporte através de *smartphones*¹ ou computadores, gerando além de novos empregos, um crescimento econômico que a nível Brasil, dos 110 mil utilizadores dos serviços, 17,6% da renda dos mesmos destina-se a aplicativos de transporte e entrega de comida.

A nível regional, concluiu-se que essas novas formas de consumo embora tragam mais facilidades, ainda não tem adesão por todos. Constatou-se que ainda há carência no que tange uma regulamentação específica, embora já exista um anteprojeto para a regulamentação de lei dos serviços de transporte, por exemplo.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA NETO, Antonio Prudente de. **História e evolução do Direito do Consumidor**. Revista Jus Navigandi, ISSN 1518-4862, Teresina, ano 15, n. 2645, 28 set. 2010. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/17500>. Acesso em: 21 ago. 2019.

AUDIÊNCIA, em Bagé, aborda **regulamentação do transporte remunerado através de aplicativos**. Jornal Minuano, Bagé, 24 de out. de 2019. Disponível em: <<http://www.jornalminuano.com.br/noticia/2019/10/24/audiencia-em-bage-aborda-regulamentacao-do-transporte-remunerado-atraves-de-aplicativos>>. Acesso: 24 de out. de 2019.

AZEVEDO, Fernando Costa de. **Uma introdução ao direito brasileiro do consumidor**. Revista de Direito do Consumidor, São Paulo, a. 2009, n. 69, p. 34.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. São Paulo: Zahar, 2004. p. 13.

BARRETO, Vicente. **Bioética e Ordem Jurídica**, in **Revista da Faculdade de Direito**. V. 1, 1994 – Rio de Janeiro: UERJ. Nº 2 – publicação anual. p. 454.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BITTAR, Carlos Alberto. **Os Direitos da Personalidade**, 3 a ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999, pp. 56-57.

BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**, trad. Carlos Nelson Coutinho, RJ: Campus, 1992.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Carlos Alberto Bittar, Os direitos da personalidade, 2. ed. 1995. p. 22-23.

CERVO, A.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. 6a ed.. São Paulo: Pearson, 2006.

COELHO, André Felipe C. **O estado liberal: entre o liberalismo econômico e a necessidade de regulação jurídica**. Revista Jurídica UNIGRAN. Dourados, v. 8, n. 15, Jan./Jun. 2006. Acessado em 06/09/2019.

CORTINA, Adela. **Por una ética del consumo**. Madrid: Taurus, 2002.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002, p. 32, Apostila.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007, p. 42.

<https://aleconomico.org.br/licoes-de-adam-smith/>> Acesso em: 11 set. 2019

<https://www.consumidormoderno.com.br/2016/07/07/quais-direitos-consumidor-delivery/>
Acesso em: 13 set. 2019

<https://consumidor-e-origens-do-cdc> Acesso em: 20 ago. 2019.

<https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/aplicativos-de-transporte-consomem-ate-10-do-orcamento-dos-usuarios/> Acesso em: 23 out. 2019

<https://jus.com.br/artigos/2566>. Acesso em: 21 ago. 2019. Federal, 1988.

<https://saiaadolugar.com.br/mao-invisivel/> Acesso em 23 out. 2019

<https://www.sabedoriapolitica.com.br/filosofia-politica/filosofia-moderna/economia-classica/> Acesso em: 27 ago. 2019

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 2. ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 1991.

LEITE, José R. Morato. **Interesses Meta-Individuais: Conceitos – Fundamentações e Possibilidade de Tutela**, in: Cidadania Coletiva, op. cit., pp. 28-29

SCHWENCK, Terezinha. **Os novos direitos**. Revista Jus Navigandi. Teresina, ano 7, p. 53, 1 jan. 2002.

SILVA, José Afonso da. **Curso de direito constitucional positivo**. 3. ed. São Paulo: Malheiros, 1992.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**: investigação sobre sua natureza e suas causas. Trad. Luiz João Baraúna. São Paulo: Nova Cultural, 1996. Vol. I

SOUZA, Miriam de Almeida. **A Política legislativa do Consumidor no Direito Comparado**. Belo Horizonte: Edições Ciência Jurídica, 1996.

TRUJILLO FERRARI, Alonso. **Metodologia da pesquisa científica**. São Paulo: McGraw Hill do Brasil, 1982, p. 24.

WOLKMER, Antonio Carlos. LEITE, José Rubens Morato. **Os “novos” direitos no Brasil: natureza e perspectivas – uma visão básica das novas conflituosidades jurídicas**. 3. Ed. - São Paulo – Saraiva, 2016.

WOLKMER, Antônio Carlos. **Pluralismo, justiça e legitimidade dos novos direitos**. Revista Sequência, no 54, p. 95–106, jul. 2007.

WOLKMER, Antonio Carlos. **Sobre a teoria das necessidades: a condição dos novos direitos**. Alter Ágora. Revista do Curso de Direito a UFSC. Florianópolis, n. 01, p. 42-47, maio 1994.



INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO
EDUCACIONAL DE BAGÉ LTDA.
FACULDADE IDEAU DE BAGÉ



ZENNI, Alessandro Severino Valler et. al., **Problemas da jurisdição contemporânea e as tendências dos instrumentos de efetivação dos direitos da personalidade** – 1. ed. *e-book* – Maringá, PR, Ed. Vivens, 2015. p. 196.