

A MASSIFICAÇÃO DOS CONFLITOS DE CONSUMO E O SISTEMA DOS JUIZADOS ESPECIAIS CÍVEIS COMO INSTRUMENTO DE PACIFICAÇÃO

NATHÁLIA CALIL MIGUEL MAGLUTA¹

INTRODUÇÃO

A concepção tradicional de contrato, em que a relação jurídica estabelece-se por obra de dois parceiros em posição de igualdade e que discutem livremente cada uma das cláusulas a serem ajustadas, está em franco declínio. Os contratos dessa natureza, denominados em doutrina civilista como paritários ou individuais, hoje existem em número reduzidíssimo e geralmente ocorrem nas relações travadas entre dois particulares de mesmo nível econômico-financeiro.

Como é cediço, a moderna sociedade de consumo é pautada por um sistema de produção e distribuição de riquezas em massa, em que os métodos de contratação usuais são standardizados. O comércio jurídico, nesse contexto, é despersonalizado e vale-se, como método tendente a garantir a agilidade necessária às contratações, dos chamados contratos de adesão.

Tais contratos, que são homogêneos e uniformes em seu conteúdo, são predispostos à massa de consumidores e assim oferecidos à sua simples

1 Juíza de Direito em exercício no II Juizado Especial Cível da Capital.

adesão, sem tratativas prévias ou discussão de cláusulas. Eles trazem vantagens evidentes aos fornecedores, pois garantem rapidez na contratação, redução de riscos, segurança etc., mas traduzem perigo evidente aos consumidores, dada a vulnerabilidade inexorável que decorre da posição de simplesmente aderir a um instrumento contratual – e, pois, obrigacional – pré-formatado.

Sobre esse fenômeno, assevera a professora Claudia Lima Marques que:

“Certo é que os fenômenos da predisposição de cláusulas ou condições gerais dos contratos e do fechamento de contratos de adesão se tornaram inerentes à sociedade industrializada moderna – em especial, nos contratos de seguro e de transporte já se observa a utilização dessas técnicas de contratação desde o século XIX. Hoje, elas dominam quase todos os setores da vida privada, é a maneira normal de concluir contratos onde há superioridade econômica ou técnica entre os contratantes, seja nos contratos das empresas com seus clientes, seja com seus fornecedores, seja com seus assalariados”².

Destarte, está-se diante de um contexto jurídico em que há a prefixação de todas as cláusulas contratuais de maneira unilateral e uniforme pelos fornecedores, sendo as mesmas ofertadas no mercado de massa à adesão dos sujeitos solicitantes de produtos e serviços próprios da sociedade de consumo.

Por certo, essa massificação dos contratos leva à massificação dos conflitos deles decorrentes, especialmente no contexto supracitado, de verdadeiro ocaso dos pactos paritários e predisposição unilateral pelo fornecedor, com vistas a garantir a agilidade das contratações, de todas as cláusulas

² MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais, 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. (Biblioteca de Direito do Consumidor, v. 1). p. 71.

incidentes em uma determinada relação jurídica que, por esse fato mesmo, é sempre desigual. Aliás, essa é a razão, pela qual o conceito jurídico de consumidor funda-se, no ordenamento brasileiro, na ideia de vulnerabilidade.

Cuida a massificação dos contratos e dos conflitos decorrentes de fenômeno social incontestável nos dias atuais e que enseja a necessidade imperiosa de construção de métodos eficientes de pacificação, figurando o Direito como instrumento efetivo para garantia de uma organização social justa e equilibrada.

Nesse contexto é que, no Brasil, emergem a Constituição da República e, no plano legal, o Código de Defesa do Consumidor; este último representando a mais alta expressão de um instrumento jurídico tendente à pacificação desses conflitos, pois o mesmo cria um microsistema protetivo, pautado na vulnerabilidade do consumidor aderente de produtos e serviços ofertados e na necessidade de tutela de seus direitos no mercado de massa.

Emerge também, nesse contexto e em atenção a essa mesma demanda, o Sistema dos Juizados Especiais Cíveis, positivado na Lei no 9.099, de 26.09.1995, e que também encontra fundamento na Lei Maior.

Cuida-se de sistema legal erigido em atenção ao Princípio Constitucional de Acesso à Justiça – Justiça essa que, para assim ser considerada, deve ser real, substantiva, efetiva e célere – em que os processos, gratuitos na primeira instância, desenvolvem-se em conformidade com os princípios insculpidos no Art. 2º da referida lei - oralidade, simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade – e que visa, sobretudo, a pacificar os conflitos próprios à sociedade de consumo em massa.

Como se vê, o regramento legal positivado na Lei no 9.099/95 destina-se claramente à construção de um instrumento capaz de atender às demandas atuais de pacificação social. Todo o conjunto de regras substantivas e processuais disposto nessa Lei procura viabilizar, verdadeiramente, a defesa e a tutela dos direitos potencialmente vulneráveis pelas práticas ilegais constatáveis no mercado de consumo de massa, sendo os Juizados Especiais Cíveis o fórum por excelência do consumidor e o espaço de conformação para construção de uma sociedade verdadeiramente livre e paritária, como exige o Art. 3º, I, da Constituição da República.

DESENVOLVIMENTO

À conta de tais fundamentos e como expressão máxima de tudo o que foi dito anteriormente, emerge como exemplo emblemático da atual massificação dos conflitos de consumo – e dos desafios que ela impõe ao magistrado – o caso do chamado “cartão de crédito megabônus”.

Referido produto foi fornecido pela empresa X no mercado de consumo brasileiro a partir do ano de 2008 por meio, inicialmente, de maciça propaganda ilegal, fato que demandou pronta atuação por parte do Poder Judiciário que, valendo-se do bom manejo do Código de Defesa do Consumidor, com todos os seus instrumentos protetivos, e do Sistema dos Juizados Especiais Cíveis, com todos os princípios que o regem, foi capaz de promover a adequação da conduta da empresa e a consequente salvaguarda dos direitos dos consumidores vulnerados, em massa, no mercado.

Com efeito, verificou-se, à época, um grande aumento do número de demandas ajuizadas em face da empresa X por parte de consumidores que se sentiam lesados pela cobrança de valor de anuidade não previamente informada relacionada à contratação do “cartão de crédito megabônus”.

Os dados estatísticos disponibilizados na página de Internet do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro revelam que, em janeiro de 2008, a empresa X possuía acervo de apenas 304 ações ajuizadas por consumidores insatisfeitos. Em novembro daquele mesmo ano, a X passou a ser a empresa mais acionada do Estado do Rio de Janeiro, saltando o número de ações em trâmite em face dela para o patamar de 5.356, em sua imensa maioria tratando de problemas relacionados ao “cartão de crédito megabônus”. Tal fato erigiu a empresa X à primeira colocação da chamada “Top 30” – listagem disponibilizada pelo Tribunal de Justiça carioca que relaciona as empresas mais acionadas no Estado.

Observou-se, após a análise de sucessivos processos com a mesma temática, que a empresa supracitada havia fornecido no mercado de consumo um cartão plástico denominado “de crédito”, mas que, em verdade, não possuía tal natureza, assim justificando o reconhecimento pelos juízes

dos Juizados Especiais Cíveis – onde tal demanda foi mais sensível – da grave propaganda enganosa praticada, a teor do que dispõe o Art. 37, § 1º e 3º do Código de Defesa do Consumidor.

Em sentença proferida nos autos do processo no. 2008.001.95648-1, que tramitou no II Juizado Especial Cível da Comarca da Capital, e que teve como autora da ação a consumidora E A S e, ré, a empresa X, restou consignado o seguinte:

“Verifico, nesse sentido, que o chamado “cartão megabônus” ofertado pela ré – que, a despeito de ofertado no mercado de consumo como modalidade de cartão de crédito, não enseja a concessão de qualquer limite para sua utilização, que não seja aquele estabelecido pelo próprio consumidor, através dos depósitos que antecipadamente deve realizar – traduz verdadeiro meio de vinculação do consumidor (que, deve, inclusive, pagar a chamada “anuidade”, conforme se depreende dos autos), sem qualquer contraprestação. Embora a ré denomine seu produto como um “cartão de crédito”, não há a concessão de qualquer limite dessa natureza para utilização por parte do consumidor que, atônito, vem somente em juízo a descobrir que, em verdade, está adstrito a utilizar a quantia que antecipadamente deposita.

Naturalmente, esse proceder vai de encontro a tudo o que um consumidor de boa-fé entende do que seja um “cartão de crédito” e, por essa razão, a publicidade veiculada pela ré deve – ou deveria - ser a mais clara e inteligível possível a fim de permitir que, a despeito de todas as peculiaridades do seu produto, possa o destinatário de sua oferta aderir, sem erro ou induzimento falso.

No caso dos autos, observo que a autora somente veio a ter conhecimento das características do produto ofertado pela ré em audiência, fato que, entendo, tem o condão de caracterizar indubitavelmente a conduta ilícita a que se referem os dispositivos supracitados que tratam de coibir a propaganda enganosa.

Violou a ré, com seu atuar absolutamente descompassado da legislação vigente, todas as regras decorrentes da necessidade de se garantir a ética publicitária nas relações de consumo, pois sua oferta teve o condão de induzir a erro o autor, que aderiu a um produto de características absolutamente peculiares, a despeito de denominado “cartão de crédito” - produto esse de contornos bem definidos e conhecidos no mercado.

Em vista de todas essas razões, tenho como caracterizada a ilicitude narrada e o conseqüente dano moral dela decorrente, ilicitude essa que merece reprimenda judicial compatível com a repercussão antiética que vem causando no mercado de consumo, pois, ao lado do autor, estão diversas pessoas enganadas e injustamente induzidas a contratar um produto com características próprias, apesar de sua conhecida denominação, e com vantagens questionáveis, apesar da clareza da contraprestação estabelecida pela ré em seu próprio benefício decorrente da obrigatoriedade de pagamento da chamada “anuidade” por parte do consumidor, além da óbvia fidelização.

Impõe-se, pelas razões já expostas, o cancelamento do cartão, bem como das cobranças a ele relativas, já que o mesmo não correspondeu às expectativas da parte e, outrossim, não houve qualquer prestação de serviço de modo

a autorizar a cobrança de valores, especialmente a título de “anuidade”.

A fixação do valor devido a título de indenização pelo dano moral aqui configurado deve atender ao princípio da razoabilidade, pois se impõe, a um só tempo, reparar a lesão moral sofrida pela parte autora sem representar enriquecimento sem causa e, ainda, garantir o caráter punitivo-pedagógico da verba, pois a indenização deve valer, por óbvio, como desestímulo à prática constada. À luz de tais critérios, e considerando a dimensão dos fatos aqui relatados, fixo a quantia de R\$ 6.000,00 (seis mil reais) a título de reparação, por entendê-la justa e adequada para o caso”³.

De início, a resposta efetiva e gravosa à empresa X dada pelo Poder Judiciário – através dos seus Juizados Especiais Cíveis, já que foi no Sistema que os consumidores procuraram e obtiveram a tutela de seus direitos – teve o condão de aumentar o ingresso de novas ações, pois a massa de consumidores, indiscutivelmente lesada pela contratação do produto em erro decorrente da propaganda enganosa, procurou a defesa, justa e devida, de seus direitos violados.

É imperioso notar que a lesão ao direito do consumidor havida, à época, foi em massa, porque em massa foi a oferta do cartão em tela e em massa se deu sua contratação no mercado consumidor. Tratou-se, pois, de exteriorização do fenômeno antes referido, dando ensejo à massificação, também – e como não poderia deixar de ser – das ações nos Juizados Especiais Cíveis tratando do “cartão de crédito megabônus”.

Nesse contexto, o Judiciário fluminense não se intimidou e mostrou quão eficiente pode ser diante dos novos desafios impostos pelos conflitos

³ Sentença proferida por esta magistrada nos autos do processo no 2008.001.95648-1, que tramitou no II Juizado Especial Cível da Comarca da Capital, e que teve como partes E A S e X.

de massa. Foram adotadas diversas medidas tendentes a fazer frente ao agigantamento das ações nos Juizados Especiais Cíveis. Pode-se citar, entre as diversas providências, a realização sucessiva de mutirões de audiências. Sem prejuízo, as entidades de defesa coletiva do consumidor também foram acionadas e científicadas, entre as quais, a Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro e o Ministério Público estadual, através de sua Promotoria de Justiça de Tutela Coletiva, Defesa do Consumidor e do Contribuinte - Núcleo Capital.

A Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro, científicada dos graves fatos corridos, ingressou com ação civil pública em face da X que, distruibuída ao Juízo de Direito da 5ª Vara Empresarial do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, obteve decisão liminar coibindo a cobrança das ditas “anuidades” nos casos em que não havia concessão de crédito no “cartão megabônus”, determinando a impossibilidade de restrição creditícia ao nome do consumidor em razão do não pagamento das mesmas nessas condições e, mais importante, impondo à X o dever, invertido o ônus da prova, de demonstrar em Juízo que prestava adequada informação aos consumidores.

O Ministério Público estadual, por sua vez, em vista das informações recebidas do Poder Judiciário, deliberou por instaurar o Inquérito Civil PJDC no 156/2008, no seio do qual se firmou, em 25.06.2008, Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), através do qual a X comprometeu-se, entre outras providências, a informar, com destaque, em sua propaganda escrita, que o “cartão megabônus” não era um cartão de crédito, de forma que a ele poderia não ser conferido valor a esse título, a restituir o valor cobrado a título de “anuidade” ao titular do cartão para o qual não fora concedido crédito e a envidar seus melhores esforços para monitorar a divulgação do produto por meios eletrônicos, assim controlando a propaganda do produto perante o mercado consumidor.

O conjunto dessas medidas, todas oriundas das providências inicialmente adotadas no bojo do Sistema dos Juizados Especiais Cíveis, acabou por coibir a ilegalidade em definitivo e, mais importante, por alterar o comportamento da empresa X no mercado de consumo, ajustando o produto

“cartão megabônus” à legislação consumerista vigente e à eticidade exigida na oferta de produtos e serviços no mercado de consumo brasileiro.

A alteração substancial do comportamento empresarial diante do mercado consumidor, forçada pela eficiência da resposta dada pelo Poder Judiciário através do Sistema dos Juizados Especiais Cíveis e com base no manejo inteligente do Código de Defesa do Consumidor, acarretou, por consequência, a redução do até então enorme fluxo das ações ajuizadas pelos consumidores em face da empresa, diminuindo-o de maneira significativa após a mudança da propaganda do produto “cartão megabônus”, e a readequação de sua publicidade aos ditames legais.

Tal fato não escapou aos juízes dos Juizados Especiais Cíveis, posto que a mudança de comportamento empresarial e a afinação da propaganda então combatida à eticidade exigida pelo Código de Defesa do Consumidor eram o fim perseguido quando do manejo dos instrumentos citados. A pacificação do conflito de massa – através da adequação do produto ofertado no mercado de consumo à lei – então almejada restou atingida e a resposta dada pelo Sistema dos Juizados Especiais Cíveis precisou corresponder ao novo paradigma estabelecido.

Diante da nova realidade que se impôs, à época, nova resposta passou a ser dada pelos Juizados. Em sentença proferida nos autos do processo no 2008.001.216549-3, que tramitou no II Juizado Especial Cível da Comarca da Capital, e que teve como autor da ação o consumidor W. S. A. e, ré, a empresa X, restou consignado o seguinte:

“Ao que parece, a enérgica resposta dada pelo Poder Judiciário e demais órgãos citados, nos limites de suas respectivas atribuições, foram efetivamente sentidas pelo réu no que respeita à questão aqui tratada. A despeito de sua inércia inicial, vem o réu logrando êxito em demonstrar em Juízo ter passado a prestar através de sua propaganda escrita e atendimento telefônico as informações adequadas acerca da natureza do produto.”

Nesse sentido, a despeito de o réu não ter trazido aos autos a prova da contratação – tal como o fez em outros – essa consistente na gravação autorizada da conversa telefônica estabelecida entre a parte autora e a sua Central de Atendimento de modo a comprovar, como tem sido feito em muitos casos, a plena informação da parte autora acerca dos contornos do “cartão megabônus”, não se pode desconsiderar que, verdadeiramente, houve alteração substancial em sua postura no mercado de consumo.

A propaganda escrita e o atendimento telefônico prestado pelo réu no que se refere ao “cartão megabônus” foram alterados e essa circunstância, entendendo, merece ser reconhecida em Juízo. Por essa razão, se faz despedianda - ou melhor, injusta - a agravação de sua responsabilidade civil perante a parte autora com base nos aspectos punitivo e pedagógico do abalo, impondo-se a consideração exclusiva, a partir dessa mudança de postura que se impõe reconhecer, do aspecto puramente reparatório da indenização moral, esse consistente, frise-se, na frustração da fundada expectativa da parte autora de receber crédito, já que o contrário não restou efetivamente comprovado nos autos.

Forte em tal premissa técnica, portanto, e com base em tudo o que foi antes explicitado, arbitro o valor de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) a título de reparação, por entender tal valor compatível com o dano moral efetivamente suportado (art. 944 do CC/02) pela parte autora, desconsiderados, como dito, os demais aspectos da indenização, já que as causas que os fundamentavam não mais se encontram presentes”⁴.

⁴ Sentença proferida por esta magistrada nos autos do processo n. 2008.001.216549-3, que tramitou no II Juizado Especial Cível da Comarca da Capital, e que teve como partes W S A e X.

Assim, é o emblemático caso do “cartão de crédito megabônus”, pois demonstra que a adequada utilização dos instrumentos disponíveis ao magistrado, especialmente aqueles que atuam no Sistema dos Juizados Especiais Cíveis, tem o condão de conter verdadeiramente os casos de lesão em massa perpetrada pelos fornecedores de produtos e serviços no mercado de consumo, promovendo a alteração de comportamentos ilegais e a verdadeira pacificação dos conflitos.

E, com vistas ao atendimento desse objetivo, não se pode olvidar o que, em última instância, configura o fim último da prestação jurisdicional substantiva, que é a realização da Justiça em sua mais ampla acepção.

CONCLUSÃO

É incontestável que a sociedade de consumo moderna impõe ao Direito a assunção de papel de destaque com vistas à manutenção do equilíbrio das relações privadas.

Conceitos tradicionais de diversos institutos do Direito Privado – entre os quais o conceito de contrato – sofreram, em razão do fenômeno da massificação das relações sociais, verdadeira revolução copernicana; fato que impõe aos operadores do Direito – em especial aos magistrados – a adoção de posturas compatíveis com o papel que, por missão constitucional, devem desempenhar na sociedade de consumo em massa: a pacificação efetiva dos conflitos.

Nas palavras da professora Claudia Lima Marques:

“É, pois, tempo de pensar a hermenêutica de forma afirmativa. É tempo de alterar o ponto de concentração do direito civil e pensar no grupo que recebe as declarações, na confiança despertada pela atuação profissional dos fornecedores, e não só em estabelecer normas que privilegiam aquele que declara, aquele que redige os contratos

massificados, aquele que impõe seus métodos de marketing agressivos ou emotivos de venda. No novo direito contratual, a liberdade contratual do profissional não deve ser a única a merecer proteção jurídica, pois sua posição de poder (Machtposition) nas tratativas contratuais é clara e intrínseca aos métodos contratuais atuais, mas, sim, deve se concentrar no outro, no direito e na liberdade do outro. A liberdade do consumidor é que deve ser protegida, sua autonomia de vontade, racional e efetiva. São tempos de relações contratuais múltiplas, despersonalizadas e a durar no tempo e a se estender a toda uma cadeia de fornecedores de serviços e produtos. Tempos que impõem uma visão da obrigação como um processo muito mais complexo e duradouro do que uma simples prestação contratual, um dar e um fazer momentâneos entre parceiros contratuais teoricamente iguais, conhecidos e escolhidos livremente”⁵.

Forte em tais premissas fáticas e técnicas, é imperioso ao magistrado, especialmente àquele que atua no Sistema dos Juizados Especiais Cíveis – pela proximidade que guarda, em razão da facilitação de acesso, com os conflitos sociais – reconhecer a importância de seu papel na sociedade moderna, assumindo verdadeiramente a missão de pacificar os conflitos através da efetiva readequação da postura dos fornecedores no mercado de consumo e do reequilíbrio das relações jurídicas firmadas em atenção à necessidade de proteção do consumidor vulnerável.

É certo que os novos paradigmas das relações privadas ensejam, também, novas exigências relacionadas à concretização do Princípio de Justiça e, nesse contexto, a massificação dos conflitos é fenômeno social a demandar uma atuação positiva e efetiva do magistrado, especialmente diante da massificação das ações trazidas ao Poder Judiciário.

5 MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor**: o novo regime das relações contratuais. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. (Biblioteca de Direito do Consumidor, v. 1). p. 179.

O fenômeno da massificação – dos conflitos e, por consequência, das ações judiciais – não pode ser negado, nem mesmo pode-se retroceder aos tempos em que as lesões individuais e coletivas dos direitos vigiam em face de consumidores silentes e desinformados. Tempos esses obscuros, próprios do sistema patriarcal e patrimonialista do Século XIX, ultrapassados em definitivo pelo moderno ordenamento positivo fundado na Dignidade da Pessoa Humana – enquanto tal e enquanto consumidor no mercado – e inaugurado no Brasil, estreme de qualquer questionamento, a partir da Constituição da República de 1988.

O fato é que esse novo contexto social também está a exigir do magistrado nova postura diante dos conflitos massificados, pois a salvaguarda dos direitos lhe foi conferida pela Constituição da República. A massificação dos conflitos exige resposta célere, a fim de conter o agigantamento das lesões, mas também – e principalmente – exige resposta real e efetiva, pois a pacificação através do equilíbrio das relações jurídicas é o fim último a ser perseguido em atenção ao princípio de Justiça.

Cuida-se, pois, de garantir aos instrumentos existentes eficácia máxima, pois, nas palavras da professora Claudia Lima Marques:

“Hoje, ter direitos constitucionais assegurados é ter liberdades e garantias individuais (e, também, de certa forma, coletivas e difusas), a realizar as metanarrativas modernas de igualdade, liberdade e dignidade do homem. Como ensina o grande mestre latino-americano Jorge Mosset Iturraspe, a pessoa humana é o eixo ou o centro das preocupações do direito atual, tanto do público como do privado; com a denominação de direitos de terceira geração – ou de quarta – se busca uma proteção mas completa, plena e integral, que abarque todas as manifestações e garanta a liberdade, a segurança, a dignidade, o respeito, a privacidade e a identidade do ser humano. O contrato é o instrumento de circulação de riquezas da sociedade, mas hoje é também o instrumento de proteção dois direitos fundamentais do

consumidor, realização dos paradigmas de qualidade, de segurança, de adequação dos serviços e produtos no mercado brasileiro. Esses paradigmas concretizam não só a nova ordem econômica constitucional (art. 170, V da CF), mas também os mandamentos constitucionais de igualdade entre os desiguais (art. 5º da CF), de liberdade material das pessoas físicas e jurídicas (art. 5º c/c 170, V da CF) e, em especial, da dignidade deste sujeito como pessoa humana (art. 1º, III c/c art. 5º, XXXII da CF)”⁶.

Os instrumentos tendentes à consecução desse objetivo - a real e justa pacificação dos conflitos de massa - estão postos e, no Brasil, adquirem especial relevo o Código de Defesa do Consumidor e o espaço por excelência de sua mais completa invocação, os Juizados Especiais Cíveis. O caso do “cartão megabônus” provou, a despeito das controvérsias que suscita, a eficiência desses instrumentos quando manejados pelo magistrado em atenção ao verdadeiro Princípio de Justiça.

Façamos do Código e do Sistema dos Juizados, diariamente, sua melhor versão. ♦

REFERÊNCIAS

MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. (Biblioteca de Direito do Consumidor, v. 1).

⁶ MARQUES, Claudia Lima. **Contratos no código de defesa do consumidor: o novo regime das relações contratuais**. 6. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011. (Biblioteca de Direito do Consumidor, v. 1), p. 259.