

A superproteção do consumidor como incentivo para a desonestidade e ineficiência jurídica.

SEIXAS, Marcus Wagner¹; CUNHA, Ítalo Souza²

1 - Diretor do Departamento de Direito da Universidade Federal Fluminense Campus de Volta Redonda;

2 - Pesquisador graduando e membro fundador da Liga Acadêmica de Direito e graduando pela Universidade Federal Fluminense.

RESUMO

Apesar de muitas nações terem regulado e tecido codificações que buscam proteger os consumidores de práticas abusivas de prestadores de bens e serviços, poucas atribuem de forma tão pujante o adjetivo de hipossuficiência ao consumidor. A ideia é que o mercado em si é, não uma ferramenta de libertação da miséria, mas sim uma máquina perpetuadora de opressões econômicas. O legislador brasileiro, sempre focado nas teorias de inclinação socialista econômica, falha ao conceber que o consumidor é a maior força de uma economia de mercado, conforme aponta o imprescindível economista Ludwig Von Mises. O presente artigo busca explorar as consequências reais dessa superproteção para a economia e para o judiciário, além de estudar de antemão os incentivos que essa política de responsabilizar os indivíduos consumidores promove na sociedade brasileira. Pois, se as externalidades jurídicas são conhecidas, como as ações de massa que, apesar de terem mérito em alguns pontos, acabar por precarizar a fiscalização e a própria aplicação da lei, os incentivos são bem mais subjetivos e não tão tangíveis quanto a enxurrada de processos que lotam os juizados especiais.

Palavras-chave: Hipossuficiência do consumidor. Análise econômica do direito. Incentivos.