

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
AGÊNCIA DE INOVAÇÃO, EMPREENDEDORISMO, PESQUISA,
PÓS-GRADUAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS DE BACABAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS
MESTRADO ACADÊMICO

ERIKA VANESSA MELO BARROSO

**A PRESENÇA DE TERMOS DO DISCURSO JURÍDICO EM SITES
INSTITUCIONAIS:** discutindo acessibilidade textual e terminológica no âmbito do direito
do consumidor

BACABAL - MA

2025

ERIKA VANESSA MELO BARROSO

A PRESENÇA DE TERMOS DO DISCURSO JURÍDICO EM SITES

INSTITUCIONAIS: discutindo acessibilidade textual e terminológica no âmbito do direito do consumidor

Dissertação submetida à banca como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestra em Letras, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGLB), do Centro de Ciências de Bacabal, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Linha de Pesquisa: Texto e Discurso

Orientadora: Prof. Dr. Luís Henrique Serra

BACABAL - MA

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Barroso, Erika Vanessa Melo.

A PRESENÇA DE TERMOS DO DISCURSO JURÍDICO EM SITES
INSTITUCIONAIS: : discutindo acessibilidade textual e
terminológica no âmbito do direito do consumidor / Erika
Vanessa Melo Barroso. - 2025.

111 f.

Orientador(a): Luís Henrique Serra.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Letras - Bacabal, Universidade Federal do Maranhão, Bacabal,
2025.

1. Termos. 2. Texto Especializado. 3. Acessibilidade
Textual e Terminológica. 4. Direito do Consumidor. I.
Serra, Luís Henrique. II. Título.

ERIKA VANESSA MELO BARROSO

A PRESENÇA DE TERMOS DO DISCURSO JURÍDICO EM SITES

INSTITUCIONAIS: discutindo acessibilidade textual e terminológica no âmbito do direito do consumidor

Dissertação submetida à banca como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestra em Letras, pelo Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGLB), do Centro de Ciências de Bacabal, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Linha de Pesquisa: Texto e Discurso

Orientadora: Prof. Dr. Luís Henrique Serra

Aprovado em _____ de _____ 2025.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luís Henrique Serra
Universidade Federal Do Maranhão
Orientador

Profa. Dr. Paulo da Silva Lima
Universidade Federal Do Maranhão
Membro Interno

Prof. Dra. Ana Claudia Castiglioni
Universidade Federal de Tocantins
Membro Externo

AGRADECIMENTOS

A **Deus**, acima de tudo, que permitiu meu ingresso no mestrado e abençoou toda minha trajetória.

À minha **amada mãe**, que durante toda minha vida lutou arduamente para que eu pudesse continuar os estudos.

Aos meus queridos **irmãos**.

Ao **Francisco Sousa**, que teve muita contribuição na minha vida pessoal e profissional. Obrigada por tudo e por tanto, cada detalhe foi muito importante.

Ao meu orientador, **Professor Dr. Luís Henrique Serra** por toda orientação, dedicação, ensinamentos e paciência nessa jornada. Obrigada por me apresentar e me fazer apaixonar pela Terminologia, em especial, a Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) que é uma área muito rica. Sua paixão pela área é inspiradora.

Ao **professor Rubenil** pelo apoio antes do Mestrado.

Aos meus **amigos de sala** que tornaram essa jornada mais leve.

A todos aqueles que de forma direta ou indireta contribuíram com a minha jornada acadêmica e pessoal. **Muito obrigada a todos!**

“[...] a **acessibilidade terminológica**, em meio aos textos que normalmente tratam de termos científicos ou técnicos, diz respeito à busca de uma (boa) compreensão dos termos “técnicos”, cujos significados precisarão ser explicados de algum modo”

Maria José Bocorny Finatto

RESUMO

O Direito do Consumidor (DC), regulamentado pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990), está voltado para ações regulatórias da relação de consumo, cuja preocupação recai sobre a parte vulnerável desse processo, o consumidor. Neste viés, esta pesquisa tem como objeto de estudo a terminologia jurídica, que é usada em textos especializados para descrever conceitos e normas legais. Isso torna a linguagem jurídica enquanto especializada sendo, portanto, uma maneira particular de comunicação dentro de um universo especializado, a qual pode ser estudada pela Terminologia, que é um campo de estudos linguísticos do discurso especializado. Muito embora o contato com o discurso especializado do Direito do Consumidor não seja feito somente por especialistas ou conhecedores do Direito, é importante entender o leitor leigo como parte importante desse universo, uma parte compreendida, inclusive, como fundamental. Considerando isso, a linguagem acaba sendo empregada em textos variados que, em hipótese, são destinados ao público leigo. O não cuidado com esse público pode comprometer a compreensão das informações contidas e até com o direito à defesa nas relações de negócio, ficando alijado de seus direitos básicos. Um destaque nesse contexto são os sites de associações e instituições ligadas ao direito do consumidor. Assim, o presente trabalho parte do pressuposto de que a escrita de notícias sobre essa temática deveria apresentar um caráter mais claro e simplificado, de modo a atingir diferentes públicos. Tendo como pano de fundo essa questão, no presente trabalho, o objetivo é fazer uma análise descritiva da presença de termos jurídicos em sites institucionais de acesso aberto e livre. Considera-se a hipótese de que o cidadão usa esses sites institucionais como forma de pesquisa para o conhecimento da referida área e garantia dos seus direitos, fato que deve ser levado em consideração pelas associações e órgãos relacionados ao direito do consumidor. Outro ponto considerado é o fato de que os sites são de livre acesso, portanto estão disponíveis a toda a população, fato que está diretamente ligado a um movimento social relevante, que é o da aproximação da sociedade com o conhecimento especializado, ou, em outras palavras, a popularização da ciência. No entanto, essa ausência de mecanismos simplificadores pode ser um empecilho nesse sentido. Essa pesquisa tem como base os pressupostos teóricos e metodológicos da Teoria Comunicativa da Terminologia (Cabré, 1999) e das discussões sobre Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) (Finatto; Paraguassu, 2021), abordagens teóricas que fundamentam uma compreensão linguística do discurso científico e técnico das diferentes áreas do saber humano. E em direção a análise de textos especializados, o trabalho se pauta nas discussões da Terminologia Textual (Ciapuscio, 1999, 2003), Hoffman (2015) e Cabré (2002), que deram suporte para pensar a noção de texto especializado e sua circulação em diferentes contextos. Com base nesses fundamentos, foram selecionados 227 textos de sites institucionais da área do direito do consumidor que foram tratados em programa computacional e analisados qualitativamente. Os resultados mostram que os sites de órgãos governamentais e de organizações sociais ainda carecem de uma política de acesso ao conhecimento da área, tendo em vista que os seus sites e textos divulgados não renunciam a uma terminologia hermética e própria para contextos altamente especializados.

Palavras-chave: Termos. Texto Especializado. Acessibilidade Textual e Terminológica. Direito do Consumidor.

ABSTRACT

Consumer Law (DC), regulated by the Consumer Protection Code (Law No. 8,078/1990), is focused on regulatory actions of the consumer relationship, whose concern falls on the vulnerable party in this process, the consumer. In this perspective, this research has as its object of study the legal terminology, which is used in specialized texts to describe legal concepts and norms. This makes legal language a specialized being, therefore, a particular way of communication within a specialized universe, which can be studied by Terminology, which is a field of linguistic studies of specialized discourse. Although contact with the specialized discourse of Consumer Law is not made only by specialists or experts in the Law, it is important to understand the lay reader as an important part of this universe, a part understood, even, as fundamental. Considering this, the language ends up being used in various texts that, in theory, are intended for the lay public. Failure to take care of this audience can compromise the understanding of the information contained and even the right to defense in business relationships, being deprived of their basic rights. A highlight in this context are the websites of associations and institutions linked to consumer law. Thus, the present work is based on the assumption that the writing of news on this theme should have a clearer and more simplified character, in order to reach different audiences. Against the backdrop of this issue, in the present work, the objective is to make a descriptive analysis of the presence of legal terms in open and open access institutional websites. It is considered the hypothesis that citizens use these institutional sites as a form of research to learn about this area and guarantee their rights, a fact that should be taken into account by associations and bodies related to consumer rights. Another point considered is the fact that the sites are freely accessible, so they are available to the entire population, a fact that is directly linked to a relevant social movement, which is the approximation of society with specialized knowledge, or, in other words, the popularization of science. However, this absence of simplifying mechanisms can be an obstacle in this regard. This research is based on the theoretical and methodological assumptions of the Communicative Theory of Terminology (Cabr , 1999) and the discussions on Textual and Terminological Accessibility (ATT) (Finatto; Paraguassu, 2021), theoretical approaches that underpin a linguistic understanding of the scientific and technical discourse of the different areas of human knowledge. And towards the analysis of specialized texts, the work is based on the discussions of Textual Terminology (Ciapuscio, 1999, 2003), Hoffman (2015) and Cabr  (2002), which gave support to think about the notion of specialized text and its circulation in different contexts. Based on these foundations, 227 texts from institutional websites in the area of consumer law were selected and treated in a computer program and analyzed qualitatively. The results show that the websites of government agencies and social organizations still lack a policy of access to knowledge in the area, considering that their websites and published texts do not renounce a hermetic terminology that is suitable for highly specialized contexts.

Keywords: Terms. Specialized Text. Textual and Terminological Accessibility. Consumer Law.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDC	Código de Defesa do Consumidor
DC	Direito do Consumidor
TCT	Teoria Comunicativa da Terminologia
TGT	Teoria Geral da Terminologia
ATT	Acessibilidade Textual e Terminológica
IDEC	Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
TJDFT	Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios
SENACON	Secretaria Nacional do Consumidor

LISTA DE QUADROS

		Páginas
Quadro 01	Tipologização vertical dos textos especializados	39
Quadro 02	Termos e frequência	55
Quadro 03	Trechos dos textos coletados	74
Quadro 04	Trecho do texto do IDEC - <i>Consumidor</i> .	78
Quadro 05	Trecho do texto da SENACON - <i>Consumidor final</i> .	81
Quadro 06	Trecho do texto do TJDFR - <i>Consumidor por equiparação</i> .	82
Quadro 07	Trecho do texto do IDEC - <i>Produto e Serviço</i> .	85
Quadro 08	Trecho do texto da SENACON- <i>Venda casada</i> .	88
Quadro 09	Trecho do texto do TJDFR - <i>Publicidade enganosa</i> .	91
Quadro 10	Trecho do texto do IDEC - <i>Fornecedor</i> .	94
Quadro 11	Trecho do texto da SENACON - <i>Prática abusiva</i> .	97
Quadro 12	Trecho do texto do TJDFR - <i>Responsabilidade civil</i> .	100

LISTA DE FIGURAS

	Páginas
Figura 1 Níveis de especialidade	52
Figura 2 Representação do comportamento das unidades léxicas.	60
Figura 3 Proposta de mapa conceitual referente aos termos do Direito do Consumidor.	63
Figura 4 Recorte 1 do mapa conceitual	64
Figura 5 Recorte 2 do mapa conceitual	65
Figura 6 Recorte 3 do mapa conceitual	66
Figura 7 Recorte 4 do mapa conceitual	66
Figura 8 Recorte 5 do mapa conceitual	67
Figura 9 Recorte 6 do mapa conceitual	68

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	16
2.1 Origem do Código de Defesa do Consumidor.....	16
2.2 Características da linguagem jurídica.....	19
3 A TERMINOLOGIA.....	24
3.1 Percurso dos estudos terminológicos.....	24
3.1.1 Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT).....	26
3.2 O termo.....	29
3.3 Terminologia do texto: do texto ao texto especializado.....	32
3.4 Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT).....	40
3.4.1 Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) no Brasil.....	40
3.4.2 Estudos em Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT).....	41
3.4.3 Linguagem Simples.....	45
4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA: CORPUS, RESULTADOS E ANÁLISE.....	47
4.1 Levantamento teórico.....	47
4.1.1 Escolha dos sites para construção do corpus.....	48
4.2 Corpus da pesquisa.....	48
4.3 Níveis de especialidade do texto.....	51
4.4 Critérios de reconhecimento dos termos.....	54
4.4.1 Critério da frequência.....	55
4.4.2 Critério da pertinência.....	57
4.5 Termos jurídicos.....	59
4.6 Procedimentos de análise.....	68
5 ACESSIBILIDADE TEXTUAL E TERMINOLÓGICA NO TEXTO INSTITUCIONAL: O UNIVERSO DO DIREITO DO CONSUMIDOR.....	70
5.1 A divulgação do direito do consumidor.....	70
5.2 A presença de termos jurídicos em textos institucionais.....	73
5.3 Consumidor, consumidor final e consumidor por equiparação.....	77
5.4 Produto e serviço.....	84
5.4.1 Venda casada.....	87
5.4.2 Publicidade enganosa.....	90
5.5 Fornecedor.....	93
5.5.1 Prática abusiva.....	97
5.5.2 Responsabilidade civil.....	99
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	103
REFERÊNCIAS.....	106

INTRODUÇÃO

O Direito do Consumidor (DC) é um ramo do Direito que se preocupa com os diferentes tipos de relação exercidas nas práticas comerciais de um modo geral, apresenta suas normas e princípios para subsidiar a proteção dos consumidores na relação de consumo¹ com empresas e organizações. Essa abordagem é fundamentada pela lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Embora a lei seja destinada ao conhecimento de todos, é necessário pensar na premissa de que os textos jurídicos empregam uma linguagem muito complexa e pouco conhecida por quem não é especialista da área. Outro ponto que precisamos considerar é que nem todos os consumidores são especialistas ou adquirem um conhecimento necessário da área para compreender o que dispõe a lei e muitos dos conceitos e princípios que a regem. Em hipótese, entendemos que isso pode ser um fator determinante para que os cidadãos leigos busquem informações na internet e se deparam com um conjunto muito grande de dificuldade para compreender esses textos. Alia-se a isso o fato de que, com o avanço das tecnologias, temos visto a facilidade com que as informações chegam aos mais diversos públicos, inclusive, a informação especializada.

Com acesso facilitado, vemos sites, perfis em redes sociais variadas ou mesmo redes sociais que se propõem a disseminar o conhecimento acerca da ciência e das diferentes áreas especializadas. Esses repositórios de informações produzem textos com diferentes características, desde um texto mais acessível a um texto mais complexo, textos que apresentam recursos visuais ou balões explicativos sobre termos ou expressões presentes, caracterizando-se como textos especializados, mas com características específicas. A exemplo, os sites que são suporte para publicar os textos que informam sobre os direitos do consumidor. Cada site apresenta suas próprias características, incluindo a organização e a estrutura dos textos presentes em cada site, como é o caso dos sites usados para coleta de dados dessa pesquisa: o site do Instituto de Defesa de Consumidores (IDEC); Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON), vinculado ao portal gov.br e o site do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT).

Isso nos direciona ao objetivo geral desta pesquisa que é fazer uma análise descritiva dos termos jurídicos presentes nos textos coletados desses sites, buscando compreender como

¹ “As relações de consumo são o campo de aplicação do Código de Defesa do Consumidor, qualquer que seja a área do Direito onde ocorrem. E, hoje, tudo ou quase tudo tem a ver com consumo: saúde, habitação, segurança, transportes, alimentação, medicamentos, e assim por diante.” (Cavaliere Filho, 2022, p. 30).

essas unidades linguísticas contribuem para a complexidade textual e influenciam a acessibilidade da informação. Para alcançar esse propósito, estabelecemos objetivos específicos que aprofundam e direcionam essa análise.

Inicialmente buscamos comparar como essas unidades linguísticas aparecem nos textos do *corpus* de pesquisa, na descrição dada por especialistas, bem como nos textos da lei de defesa do consumidor. Isso possibilita observar como os termos são apresentados nos textos institucionais e sua influência na clareza da informação oferecida ao consumidor. Além disso, buscamos determinar possíveis níveis de especialidade dos textos coletados, classificando-os de acordo com suas características linguísticas e pragmáticas. Para isso, consideramos fatores como a precisão terminológica, a estrutura textual, o suporte em que estão presentes, o público-alvo e demais fatores que, durante a análise, se mostram condicionados ao comportamento dos termos nos textos institucionais. A análise desses fatores contribuirá para compreender se os textos institucionais podem ser enquadrados como textos de Divulgação Científica ou de Comunicação Científica.

A forma como esses textos são construídos, a função comunicativa que apresentam e o modo como as informações são repassadas, trazem o seguinte questionamento: os textos institucionais estão inseridos na Comunicação Científica ou de Divulgação Científica? (Bueno, 2010): a resposta para essa questão pode nos levar a pensar na própria natureza da comunicação especializada, da ciência e do próprio texto. Definir um texto como pertence a cada um desses processos é uma tarefa complexa, uma vez que exige a compreensão e análise de inúmeros fatores que contribuem para sua qualificação. Esse questionamento parte do olhar para o modo como os textos são construídos, a sua estrutura, o uso da linguagem empregada, a construção de sentenças curtas e complexas, a presença de termos jurídicos, o suporte de divulgação e o público-alvo.

Outra hipótese levantada é de que se os textos desses sites são construídos a partir de fontes especializadas, aqui entendidas como textos de lei, falas de especialistas, por exemplo, e são disponibilizados em site de disseminação de informações públicas, no âmbito das relações dos direitos básicos do consumidor. Esses sites deveriam apresentar uma linguagem simples, acessível, além de elementos visuais ou auditivos que possam contribuir para a leitura de diferentes públicos. Destacamos, nesta pesquisa, a presença de termos jurídicos encontrados nesses textos, isso pode ser um fator que venha a torná-los mais difíceis para a compreensão do leitor leigo ou com pouca experiência em leitura, leitores que tenham um baixo nível de escolaridade. Diante disso, deparamo-nos com outra indagação, como informar sobre os direitos dos consumidores para esse público em destaque. É válido considerar ainda

que estamos entendendo a leitura acessível no sentido da clareza das informações, buscamos entender o modo como as terminologias são utilizadas em textos científicos ou informativos para leitores com menor grau de instrução ou menor acesso ao conhecimento terminológico.

Em vista disso é que alinhamos, nesta pesquisa, a Terminologia à área do Direito do Consumidor. A Terminologia além de pautar sua abordagem no estudo do léxico, permite ao pesquisador entrar em contato com outros campos do saber científico e investigar o comportamento das unidades linguísticas dentro de um contexto de uma determinada área da ciência. Isso porque a Terminologia contempla os estudos descritivos no uso da língua em contextos especializados, uma das muitas dimensões das línguas naturais.

Essa pesquisa se fundamenta a partir de uma abordagem descritiva dos termos, seguindo em direção a questões que envolvam a comunicação especializada para diferentes interlocutores. Essa abordagem é eleita porque o tratamento descritivo considera o funcionamento dos termos e toda sua complexidade enquanto unidade linguística. Com esse direcionamento de atuação nos estudos terminológicos, centra-se na Teoria Comunicativa da Terminologia - (TCT) (Cabré, 1999), que é uma proposta que valoriza os aspectos comunicativos da linguagem especializada.

A ampliação que a Terminologia tem passado nos últimos tempos tem contribuído para que os estudos terminológicos busquem diferentes perspectivas. Assim, considerando o objetivo desta pesquisa, é que lançamos um olhar para análise de como os termos jurídicos aparecem nos textos institucionais e contribuem para a complexidade desses textos. Para isso, temos uma abordagem pautada na Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) (Finatto; Paraguassu, 2021) que é um conceito que vem apresentando significativas discussões em torno da presença de termos em textos que são direcionados ao público geral.

Essa perspectiva é o que nos direciona neste trabalho e faz com que lancemos um olhar sobre o uso de termos do discurso especializado² do Direito do Consumidor para o público leigo. Por isso, a problemática aqui apresentada cria pontos de interesse para discutir a necessidade de contribuir com o acesso ao conhecimento especializado, considerando a perspectiva de acessibilidade textual e terminológica em textos que divulgam informações sobre o Direito do Consumidor.

² Entendemos o discurso especializado como uma atividade processual que engloba aspectos cognitivos, a forma como as pessoas entendem determinados termos, e social, a maneira pela qual as pessoas interagem diante dessa prática discursiva (Cabré, 2007).

O interesse em realizar essa pesquisa surgiu nas discussões do grupo de estudos em Terminologia, Texto e Discurso (GETTED) da Universidade Federal do Maranhão, Campus Bacabal. O grupo é coordenado pelo professor Dr. Luís Henrique Serra, também vinculado ao Programa de Pós-graduação em Letras (PPGLB). Diante das pesquisas realizadas a respeito da necessidade de contribuir com a acessibilidade textual e terminológica em textos disponibilizados em sites institucionais (Serra, 2024), lançamos um olhar para a área do Direito. Como pode ser observado ao longo deste trabalho, o campo do Direito como um todo é uma área científica que apresenta um certo distanciamento do cidadão, em destaque, o Direito do Consumidor (DC), foco do nosso trabalho.

É válido pontuar ainda que acesso à informação garante ao cidadão seus direitos sociais, como a “a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, [...]”, garantido pela constituição federal de 1988, em seu artigo 6º. Isso viabiliza a necessidade de pensar e discutir sobre os direitos básicos e a aproximação do cidadão consumidor da linguagem técnica, muitas vezes empregada nos sites institucionais. Pensando neste espaço de propagação de informações, há preceitos legais que determinam o emprego da linguagem simples, como a lei 14.129 de março de 2021, que trata sobre os princípios, regras e instrumentos que a administração pública deve seguir para seu bom funcionamento. A lei determina, em seu artigo 3º, inciso VII, o emprego de uma linguagem que seja compreensível a qualquer cidadão, como um dos princípios e deveres do Governo e da eficiência pública.

O emprego da linguagem simples também é fundamento pela lei 13.460/2017 que trata dos direitos dos usuários do serviço público. Em seu artigo 5º, a referida lei afirma que o serviço público deve oferecer adequadas ofertas de serviços, considerando, por exemplo, o uso da linguagem simples e que seja compreensível a todos, de modo a evitar o emprego de siglas, jargões e estrangeirismos. Esse fato provoca uma séria preocupação em relação às garantias que os sujeitos têm. Essa preocupação se estende ainda mais, uma vez que, em 2023, observou-se movimentos para a consolidação do uso da linguagem simples, como é o caso do Pacto Nacional do Judiciário pela Linguagem Simples. O pacto objetiva adotar ações que venham impulsionar o emprego da linguagem compreensível nas diferentes esferas da justiça, de forma a garantir uma linguagem clara em relação a decisões e comunicações gerais para a sociedade.

Neste viés, essa é uma pesquisa que contribui para o âmbito acadêmico, especificamente aos estudos no campo da Terminologia, de forma que contempla uma área especializada que faz parte das ciências sociais. Esse é um trabalho que não toma uma abordagem puramente lexicalista, mas textual, que já apresenta uma certa produção no Brasil,

no entanto, ainda são necessárias mais investigações acerca do uso do texto especializado nas diferentes áreas do conhecimento humano, conforme já pontuaram Pereira e Serra (2020). A presente pesquisa busca também contribuir com essa discussão.

Além disso, a Acessibilidade Textual e Terminológica é uma proposta recente na área da Terminologia, e este trabalho colabora com essa perspectiva de estudo, visto que as pesquisas que tratam da temática da acessibilidade ainda são recentes e se ocupam quase que inteiramente com a área da saúde. E embora já se observa trabalho realizado com a terminologia do Direito do Consumidor, como é o caso da pesquisa de Pereira (2022), que lança uma proposta terminográfica, até onde pudemos observar, ainda não há trabalhos produzidos com a temática da acessibilidade textual e terminológica no campo do direito de um modo geral, principalmente, do Direito do Consumidor.

Quanto à organização deste trabalho, a dissertação está organizada em 6 capítulos, sendo o primeiro capítulo contendo a parte introdutória, pertinência e os objetivos deste estudo. O segundo capítulo traz uma contextualização da área científica estudada, os aspectos relacionados ao Direito do Consumidor, fazemos um levantamento histórico que deu base para a criação do Código de Defesa do Consumidor (CDC), sua fundamentação na Constituição Federal de 1980 (CF), bem como uma abordagem a respeito da linguagem jurídica.

No terceiro capítulo contém a fundamentação teórica que subsidia este trabalho contextualizando com o Direito do Consumidor. Iniciamos abordando sobre a Teoria Geral da Terminologia (TGT), seguindo com a Socioterminologia apresentando as primeiras mudanças de perspectivas para o estudo dos termos. Passamos a discutir também questões que influenciaram o surgimento da Teoria Comunicativa da Terminologia (Cabré, 1999), em seguida fomos pontuando aspectos que se alinham a esta pesquisa. Essa mesma abordagem também foi realizada nos estudos do texto especializado (Ciapuscio, 1998; Hoffmann 2015), direcionando esta pesquisa para uma visão mais textualista. Além disso, entra também nessa discussão a Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) (Finatto; Paraguassu, 2021), condição que permite analisar não somente a presença dos termos, mas também a organização dos textos especializados.

O quarto capítulo é composto por tópicos que trazem a metodologia empregada para o desenvolvimento deste trabalho, assim como a amostra dos resultados terminológicos e textuais que serão analisados e discutidos no capítulo 5, sob a ótica da ATT. Por fim, temos o capítulo 6 que faz as considerações finais retomando as principais discussões e resultados alcançados.

2 CONTEXTUALIZAÇÃO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Por trabalharmos o Direito do Consumidor enquanto uma área especializada do conhecimento social, consideramos pertinente trazer uma contextualização do Código de Defesa do Consumidor (CDC). No tópico 2.1 *Origem e aparato constitucional do Direito do Consumidor*, trazemos apontamentos históricos que deram base para pensar e criar uma lei de consumo, o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Em seguida discutimos o CDC tendo como base a Constituição Federal de 1988 (CF). Já no tópico 2.2 vamos apresentar características da linguagem jurídica.

2.1 Origem do Código de Defesa do Consumidor

O direito do consumidor é um ramo do direito que se preocupa com a proteção da parte vulnerável, o consumidor, nas relações de consumo. Diante das convergências e transformações sociais ao longo dos tempos, tem-se buscado providências legais que possam subsidiar os conflitos de consumo e as desigualdades entre os participantes dessa ação. O direito ao consumidor trata, desse modo, da falta de informação clara, desproporcionalidade em contratos firmados, dificuldade de acesso à justiça entre outros fatores que podem ser considerados, em lei, como violação dos direitos básicos do cidadão. São fatores como esses que deram origem ao que hoje conhecemos como Código de Defesa do Consumidor.

A lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990, que estabelece as normas de defesas do consumidor, é o código que dispõe sobre a proteção, igualdade, direitos e princípios diretamente ligados à relação de consumo. No entanto, para que se chegasse a essa normatização, as relações de consumo passaram por grandes conflitos sociais até a criação de um código, uma lei que viesse a fundamentar e resguardar o consumidor enquanto sujeito de igualdade jurídica.

Retomando a formação histórica do direito do consumidor, cabe, de antemão, partir da Revolução Industrial, que trouxe muitas modificações no cenário econômico mundial. Foram crescentes as mudanças em termos populacionais, o que acabou gerando necessidades materiais e financeiras pela população das metrópoles, fazendo com que a produção das indústrias aumentasse cada vez mais. Consoante a isso, essas indústrias passaram a apresentar uma grande oferta para o público em geral, o que resultou “uma diminuição profunda dos custos e um aumento enorme da oferta, indo atingir, então, uma mais larga camada de pessoas.” (Nunes, 2021, p.14). Este modo de produção percorreu os complexos caminhos do

século XX até os dias atuais, a partir das demandas que foram surgindo durante os períodos da Primeira Guerra Mundial e as mudanças tecnológicas da Segunda Guerra Mundial, com o aumento das produções.

Trazendo o que assinala Miragem (2024) sobre esses pontos históricos na relação de consumo, o autor nos apresenta uma definição desse processo. Com a grande questão econômica vigente no século XX, há uma significativa vantagem na relação contratual, em que se tem um produto ou serviço oferecido aos consumidores e uma maior liberdade de contratação entre os envolvidos, devido às formações estruturais das grandes empresas.

Essas circunstâncias dão origem, então, ao fenômeno dos *contratos de massa*, ou, simplesmente, o fenômeno da *massificação dos contratos*, pelo qual a adoção de práticas agressivas de contratação e a sensível restrição da liberdade de contratar de uma das partes (os não profissionais, leigos) assinalam a debilidade desses sujeitos na relação contratual, indicando a necessidade do reconhecimento dessa situação pelo direito, a fim de promover a proteção do vulnerável. A *liberdade de contratar* e o princípio da *autonomia da vontade*, que fundamentam o direito civil clássico, tornam-se insuficientes para assegurar a justiça e o equilíbrio nessas relações contratuais, determinando a necessidade da proteção dos mais fracos na sociedade de consumo de massas. (Miragem, 2024, p. 7- *grifos originais*).

Dadas essas informações, no que pese o conhecimento da formação histórica da lei, pretende-se mostrar que o tratamento referente ao consumidor advém de uma longa e complexa organização econômica que ocorreu na sociedade nos últimos séculos. Notoriamente, observa-se que o direito do consumidor é pautado numa relação de fornecimento de serviços e produtos por meio de uma ação regulamentada por princípios e normas, cujo foco recai sobre a parte considerada vulnerável nessa relação. Mas, como menciona Miragem (2024), a *liberdade de contratar* e o princípio da *autonomia da vontade*, vertentes essas oriundas do código civil, não foram mais suficientes para abarcar as questões consumo que estavam surgindo, necessitando assim, de uma lei específica para reger as demandas do mercado. Isso porque, antes da criação do Código de Defesa do Consumidor, todas as pautas ligadas às ações jurídicas de consumo eram condicionadas ao Código Civil de 1916.

Diante das muitas mudanças ocorridas no século XX, com a área do Direito, não foi diferente, posto que a consolidação de outras áreas jurídicas se deu a partir do Direito Civil. Sendo assim, o direito do consumidor é um campo de atuação que surgiu frente às necessidades de uma sociedade em deslocamento nos mais diversos aspectos sociais, culturais e econômicos. Esse direito surgiu da liberdade de consumo, dos interesses pela aquisição e necessidade de produtos e serviços, diante de um novo contexto em que se tem um amplo

desenvolvimento das ciências e tecnologias que passaram a abranger os vários âmbitos da sociedade.

Como mencionado anteriormente, mediante o processo histórico do surgimento do Código de Defesa do Consumidor, o período que marca seu florescimento está centrado em questões de caráter conscientizador de uma ordem que deveria organizar e responder pelas relações de consumo. De modo que, as leis vigentes, bem como o Código Civil já não cobriam as lacunas de contratos em massa. Isso foi então levado à Assembleia Legislativa Constituinte a fim que se pudesse apresentar normas para esse âmbito jurídico. Feito isso, a Constituição Federal de 1988, ao tratar dos Direitos e Garantias Fundamentais, deliberou em seu art. 5º, inciso XXXII, a obrigatoriedade de o Estado promover a defesa do consumidor, na forma da lei. Assim, isso passa a ser um dever a ser cumprido pelos Estados e o consumidor passa a ter seu direito fundamental determinado pela Constituição.

O surgimento do Código de Defesa veio da formulação dada pelo Ato das Disposições Constitucionais e Transitórias (ADCT), artigo 48, que traz como fundamento a determinação dada ao Congresso Nacional, que, dentro do prazo de vinte dias da promulgação da Constituição Federal (CF), deveria elaborar o código de defesa do consumidor. O ADCT é uma seção da Constituição Federal que apresenta um conjunto de normas acrescentadas ao final da CF com a finalidade de regular a transição entre a antiga CF de 1969 para a CF de 1988.

A constituição Federal é a lei suprema que rege todas as outras leis, códigos e decretos, bem como os poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, que devem ser subordinados a ela. Portanto, na Constituição, há normas que tratam das organizações sociais, e outras que difundem princípios que são alicerces da ordem jurídica. Desse modo, além do artigo 5º, a Constituição Federal também traz em seu artigo 24º, inciso VIII, atribuições à União, aos Estados e ao Distrito Federal de legislar concorrentemente por danos causados ao consumidor. Já em seu artigo 170º, inciso V, traz os princípios fundamentais de toda atividade econômica, incluindo a defesa do consumidor como um princípio básico. Assim, o Código de Defesa do Consumidor, em sua criação, passa a exercer o papel de um sistema de regras e princípios que atuam fundamentados nas normas e cláusulas gerais aplicadas em conformidade com as relações de consumo e resguardados na CF.

Na sociedade de consumo, a partir dessa ampla concepção em que o direito do consumidor se insere, tem-se notado que o código, enquanto um conjunto de regras e princípios, é diretamente ligado ao consumidor, uma vez que o foco não recai no consumo, mas naquele que é considerado vulnerável. Sendo este, na forma da lei, “toda pessoa física ou

jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final", conforme assinala o CDC em seu artigo 2º. Neste ínterim, essa dependência entre os envolvidos é agregada à realidade das causas de consumo, pois a lei visa orientar e disciplinar produtos e serviços tanto no que diz respeito à produção quanto a sua distribuição.

Posto isto, a obrigatoriedade de lidar com as responsabilidades sobre o objeto de consumo é do fornecedor, entendido no CDC, artigo 3º como aquele “que desenvolve atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”. Isso vale para mostrar que o consumidor é, portanto, a parte frágil, uma vez que sua relação com os bens e serviços são apenas de aquisição, o que pode, de alguma forma, vir a causar danos à parte consumidora. Nesta relação, tem-se em destaque a vulnerabilidade, que conforme pontua Cavalieri Filho (2022) é o ponto central para se estabelecer o conceito de consumidor, é o que *principia os direitos básicos, é o que fundamenta a concepção doutrinária* do Direito do Consumidor.

Observando esses apontamentos que permeiam a área do Direito do Consumidor, é possível notar aspectos muito ligados a conceitos que embasam e remontam a doutrina da área. A exemplo, temos um léxico muito específico, como no caso do emprego de *consumidor* e *vulnerabilidade* como um princípio próprio desse âmbito jurídico. Essa observação permite um olhar terminológico e discursivo para pensar a área do Direito do Consumidor como sendo especializada, além do léxico há também uma temática própria que é trabalhada por meio de regras específicas de comunicação, o que vai dar o caráter acadêmico-científico e profissional da área, bem como o nível de especialização do tema.

2.2 Características da linguagem jurídica

A discussão em torno das características da linguagem jurídica não é algo novo. Atualmente, tem sido possível observar diversos trabalhos realizados que tratam da descrição e característica da linguagem utilizada pela área do Direito em muitos gêneros textuais característicos da área e em contextos de atividade jurídica de um modo geral. Consoante a isso, faremos, neste tópico, uma reunião sobre as características da linguagem jurídica, tanto na perspectiva de especialistas - pessoas formadas na área do Direito - quanto na visão de estudos linguísticos.

Podemos entender a linguagem jurídica como um sistema de comunicação especializada, comumente empregada em contextos de atuação jurídica. Essa linguagem pode

ser caracterizada pelo uso específico de um léxico especializado, emprego de estruturas sintáticas específicas com a finalidade de manter uma precisão na disseminação das informações. Trubilhano e Henriques (2021, p. 31) comentam que a linguagem jurídica não é outro fenômeno senão a manifestação da própria língua portuguesa, só que aplicada a uma área específica da ciência, com características próprias.

Assim como em todas as áreas das ciências, que utilizam uma forma particular de comunicação, com o Direito não seria diferente, uma vez que o estabelecimento de termos é necessário para se estabelecer uma eficácia na comunicação em um domínio especializado. Para citar algumas características usadas na linguagem jurídica no nível sintático, Trubilhano e Henrique (2021) pontuam que é muito comum encontrar, por exemplo, o emprego da voz passiva pronominal, inversão na ordem das orações e a construção de sentenças mais reduzidas.

Além desses exemplos, os autores também pontuam a precisão terminológica, que, para eles, é entendida como o uso de termos para evitar certa confusão nas informações repassadas. Os autores dizem que a linguagem jurídica é assim caracterizada porque os autores da área buscam evitar ambiguidades em seus textos. Eles explicam ainda que essa precisão terminológica é usada com a finalidade de subsidiar a comunicação, fazendo com que a informação chegue a todos de forma não ambígua. Sendo assim, “a comunicação entre juristas também requer termos precisos, denotativos, de modo que possam exprimir fatos, valores e pensamentos com exatidão, clareza e rigor” (Trubilhano; Henrique 2021, p. 41).

Ainda que uma pessoa leiga, a qual não tenha conhecimento sobre conceitos do Direito, venha se deparar com termos em textos da área, por exemplo, os especialistas têm a obrigação de usar uma precisão terminológica, de acordo com Trubilhano e Henrique (2021). Caso um cidadão não entenda *responsabilidade civil* ou mesmo *venda casada*, o jurista não pode fugir do emprego e uso destes termos, visto que cada termo tem suas particularidades, como a carga semântica ou seu caráter técnico específico.

É possível observar o quão pode ser complexo para um leigo compreender um texto de lei, compreender como seus direitos básicos são descritos na lei do consumidor. A respeito desse posicionamento, vejamos o que diz Petri (2023), que comenta que:

[...] é fato que a linguagem jurídica não é imediatamente compreendida por um não jurista. Aquele que só possui a linguagem comum não a compreende de pronto. A comunicação do direito encontra um obstáculo no “anteparo” linguístico. O leigo experimenta um sentimento de “estrangeiridade” (Sourieux e Lerat). A linguagem do direito existe para não ser compreendida. Ela está fora do circuito natural de

intercompreensão que caracteriza as trocas linguísticas ordinárias entre os membros de uma mesma comunidade linguística. (Petri, 2023, p. 21, grifos originais).

A partir dessas considerações, Petri (2023) pontua que essa não compreensão por parte de um não jurista³ justifica a existência de uma linguagem denominada jurídica, que é atestada justamente por uma reação da sociedade, quando afirma não compreender esse fenômeno. E isso também pode ser comprovado através de uma observação linguística, uma vez que é parte comum dos “signos enunciadores a pertinência jurídica exclusiva de certos termos que não têm sentido numa língua, senão sob o olhar do direito” (idem), ou seja, há certos termos que somente terão os sentidos do campo do Direito, mesmo que seja um ou mais, fora do âmbito especializado do direito “não têm nenhuma outra função senão exprimir, na língua, as noções jurídicas” (Petri, 2023, p. 22).

Em seu trabalho “A simplificação da linguagem jurídica como instrumento fundamental de acesso à justiça”, Guimarães (2006) traz uma discussão pertinente sobre a constituição dessa linguagem. Seu trabalho busca tratar a respeito da importância da compreensão textual e da melhoria entre o Direito e o cidadão, peça fundamental nos processos judiciais. Para se manter o entendimento e conceder o acesso à informação, é preciso considerar que os operadores do direito, sejam eles especialistas ou aprendizes, não falam somente para si, em um contexto acadêmico ou jurídico, mas também para a sociedade.

Neste sentido, é preciso pensar uma linguagem que seja acessível a todos. Assim, Guimarães (2006, p. 175) pontua que o uso de uma linguagem jurídica que não chega aos mais diversos cidadãos e utilizada apenas por um grupo é um “fato de posse”. A autora defende ainda que é preciso aceitar que a linguagem é viva, é prática e por isso evolui constantemente, “Ela está a serviço do Direito. Se o Direito é para todos, sua linguagem também!” (Guimarães, 2006, p. 175).

Ainda de acordo com Guimarães (2006), não podemos limitar a escrita de um texto jurídico ao nível da beleza e sofisticação, do emprego de elementos linguísticos extremamente técnicos, mas considerar a clareza, a concisão e precisão que ele apresenta, organizado com raciocínio lógico e coerência, originários de uma seleção atenta de fatos relevantes que compõem o caso”. Entendemos a linguagem clara como uma forma de apresentar qualidade ao texto, a maneira pela qual uma informação é repassada. Mesmo que seja inevitável o uso de termos jurídicos, mas utilizá-los com explicações, tornando-o prático para manter a comunicação aos leitores. Sendo assim, pensar a simplificação de um texto não é torná-lo

³ **JURISTA.** 1. *Teoria geral do direito.* Aquele que, por ser profundo conhecedor do direito, escreve livros ou monografias jurídicas com assiduidade (Diniz, 2022, p. 315).

distante do contexto de especialidade, mas pensar no processo de acessibilidade, combater excessos de recursos linguísticos que possam interferir na compreensão do todo.

Ao trazermos os textos que constituem o *corpus* desta pesquisa, é possível vermos que a linguagem jurídica empregada, embora com menos densidade terminológica, pode não alcançar o objetivo de divulgação das informações no âmbito do Direito do Consumidor. O modo excessivamente culto, a presença de termos, por vezes sem explicações, a escrita de orações curtas, acaba tornando o texto distante da realidade do cidadão que busca informações na internet. Escrever textos com uma linguagem simples e acessível é instrumentalizar essa prática como ferramenta essencial para oportunizar e exercer o direito à informação, e principalmente o acesso à justiça.

Considerando esse posicionamento, é válido ressaltar que há estudos que vêm sendo realizados pensando justamente nessa problemática do acesso à justiça. A exemplo disso, temos o trabalho de Motta (2018), que defende a simplificação da linguagem em textos direcionado a pessoas com diferentes níveis de escolaridade, pensando assim, na promoção da acessibilidade tanto textual quanto terminológica.

No trabalho da autora, é possível vermos a preocupação em contribuir para pensar o lugar da complexidade textual aos leitores de interesse de determinado campo de conhecimento. A autora, em seu trabalho, trata especificamente do índice de complexidade textual em sentenças civis do poder judiciário do Estado do Rio Grande do Sul. A pesquisa coloca em questão a importância da adaptação da linguagem especializada para o leitor leigo que apresenta um nível de escolaridade baixo, e pouca habilidade de leitura.

A discussão levantada por Motta (2018) se estende a publicações de jornais e são textos que atingem vários níveis da população brasileira. No tocante ao emprego da linguagem simples, vemos nesse estudo uma preocupação com o uso de padrões lexicais próprios do âmbito jurídico. O objetivo é fazer uma comparação entre os dois conjuntos de textos para verificar se o léxico das sentenças pode se aproximar ou distanciar dos padrões lexicais usados nos jornais. Isso nos leva a questionamentos pertinentes sobre a importância da acessibilidade textual, pensar até que ponto o uso de expressões da linguagem jurídica, a estrutura das sentenças ou a presença de terminologia pode ser prejudicial para o leitor. É também nesta direção que caminhamos em nossa pesquisa, pois partimos do pressuposto de que notícias, por ter um teor informativo e ser de livre circulação, são escritas por uma linguagem clara e objetiva. Então, tratar da complexidade de textos para o público no modo geral é um diálogo a ser feito, a fim de buscar alternativas para contribuir com o processo de *acessibilidade*.

Temos visto que o problema da linguagem jurídica direcionada ao público leigo é uma grande preocupação por parte dos estudiosos da língua. Nessa esteira, defendemos que é preciso adaptar a linguagem jurídica empregada nos mais diversos espaços de comunicação, em especial, nos sites institucionais, local de acesso público. Mais uma vez não estamos afirmando, com isso, que os textos de divulgação não estejam exercendo seu papel, mas enfatizamos que há ruídos linguístico-discursivos que têm um potencial para interferir nos processos de comunicação, na disseminação do conhecimento especializado.

3 A TERMINOLOGIA

O presente capítulo tem como objetivo trazer discussões a respeito do campo da Terminologia. A abordagem que fazemos é, de certa forma, um percurso da Terminologia e sua ampliação frente a novas abordagens de estudo. Em 3.1, *Percursos dos estudos terminológicos*, discutimos como ponto de partida a vertente clássica, trazemos o posicionamento dessa primeira perspectiva dos estudos terminológicos, bem como alguns posicionamentos críticos e apontamentos que enfatizam a necessidade de uma mudança nessa visão de atuação terminológica. Como primeira mudança em oposição à perspectiva dessa vertente, caminhamos para a perspectiva da Socioterminologia.

No tópico 3.1.1 Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT), passamos a discutir a visão descritiva dos termos preconizada pela teoria. Enfatizamos os princípios, a partir da teoria das portas, e passamos a dialogar com as características da TCT que fundamentam essa pesquisa. Em 3.2 *O termo*, apresentamos algumas definições conceituais, já em 3.3 *Terminologia do texto: do texto ao texto especializado*, trazemos algumas considerações a respeito da noção de texto e texto especializado.

3.1 Percurso dos estudos terminológicos

Dada a afirmação da Terminologia enquanto uma área interdisciplinar do conhecimento humano, a qual visa estudar os termos das áreas de especialidade, seus primeiros passos remontam às reflexões de Eugen Wüster, engenheiro austríaco interessado na divulgação e padronização do conhecimento científico. Boa parte de suas propostas ficou conhecida como Teoria Geral da Terminologia (TGT). Wüster teve grande reconhecimento sobre comunicação, esperanto e padronização e, a partir dessas propostas, propôs as bases para a consolidação da TGT enquanto um aporte teórico do trabalho terminológico. Apesar de contribuir com a identidade desse campo do conhecimento, o autor também recebeu diversas críticas, que resultaram na ampliação dos estudos terminológicos.

Para Wüster, o foco dos estudos terminológicos deveria se limitar ao nível do léxico e do conceito da comunicação especializada. Desse modo, para ele, o terminólogo deve ter como foco de estudo a criação de dicionários técnicos e profissionais que auxiliem na padronização da comunicação em ambiente especializado. Assim, o princípio de partida é que a pesquisa terminológica deveria se centrar nos conceitos para que, somente depois, pudesse

encontrar a denominação ideal; em outras palavras, somente após se estabelecer o conceito é que se deve procurar a expressão linguística mais concisa e eficaz para definir o conteúdo.

O advento dos estudos das terminologias, a partir das bases abordadas por Wüster ao longo dos anos, acabou por se defrontar com as limitações deixadas pelos fundamentos da TGT que se preocupava com a questão indissociável do signo linguístico, seu conteúdo e sua expressão. Por isso, a proposta de Wüster encontra tanta resistência nas ciências humanas de um modo geral, posto que a proposta não conseguiria abranger o uso real das unidades terminológicas, já que as preocupações dos estudos terminológicos de cunho linguístico passaram a abarcar questões ligadas à relação dos termos no contexto e no texto. Essas discussões mudavam o foco dos interesses terminológicos do conceito para a denominação, tendo como preocupação não mais a padronização da comunicação no âmbito acadêmico-científico, mas sim a descrição dessa comunicação.

No surgimento dos grupos de pesquisas de terminologia, destacam-se os estudos sob o ponto de vista socioterminológico, em que as variedades linguísticas devem ser analisadas em seu contexto de uso e, portanto, devem ser consideradas enquanto objeto de estudo da terminologia. Gaudin (2014, p. 8) aponta que a “socioterminologia fixa como objeto de estudo da circulação dos termos em sincronia e em diacronia, o que inclui a análise e a modalização de significações e de conceptualizações”. Essa base teórica postula que os termos são dispostos numa perspectiva diversificada, seus usos nos diferentes contextos de atuação permitem compreender as situações que englobam seu caráter de signo linguístico.

Em uma discussão sobre o texto “La socioterminologie” (Gaudin, 2005), Alves (2003, p. 229-230) explica que o estudo do termo em perspectiva sincrônica está relacionado com o movimento de disseminação do conhecimento no contexto atual do estudo. Quanto à visão diacrônica, está relacionada à “história das ciências, das técnicas, dos discursos socialmente regulamentados e, também, das histórias das ideias”. As duas abordagens, tanto sincrônica quanto diacrônica contribuem com o conceito de variação, de modo que “os termos, se observados em contexto sociolinguístico, apresentam, necessariamente, variantes vinculadas a diferentes situações de comunicação” (Alves, 2003, p. 230), o que é em contraste com a ideia defendida por Wüster, a respeito da univocidade entre termo e conceito.

A Socioterminologia não se limita a analisar somente o conceito, mas considera também todo o contexto social onde os termos são empregados. Para isso considera as condições e o modo como esses termos circulam, fator este primordial para a teoria que permitiu mudar o foco para o termo e não apenas para o conceito.

Os termos são usados coletivamente pelos falantes e servem de denominações oficiais e de marcadores identitários; circulam nos setores da experiência humana, no âmbito de esferas da atividade, limitados, algumas vezes, a domínios circunscritos. Estas são as múltiplas facetas dos discursos reais e desconhecidos, ligados à produção de conhecimentos, às regras e a objetos manufaturados. (Gaudin, 2014, p. 7).

Dessa forma, é possível concluir que a Socioterminologia leva em consideração como ocorre o processo de criação dos termos, bem como se relaciona diante de diferentes contextos comunicativos, cabendo assim, olhar para a aquisição desses termos em suas comunidades de uso. Assim, há também a importante iniciativa de entender o termo enquanto signos linguísticos, apresentando significados e variações que estão relacionados ao contexto social e histórico de uma área.

3.1.1 Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT)

Antes de adentrarmos aos pontos cruciais da TCT que embasam esta pesquisa, é válido trazermos alguns apontamentos norteadores que deram base para Teoria Comunicativa da Terminologia. Nossa abordagem se volta para o que Cabré (2002) denomina de teoria das portas, uma proposta que considera que o conhecimento especializado não é algo uniforme e que, portanto, não está isolado do conhecimento geral, uma vez que os termos de uma área compartilham várias características com outras unidades da língua geral.

Em seu texto sobre a relação da Linguística com a Terminologia, Cabré (2002) apresenta a proposta de uma teoria para a análise das unidades terminológicas. Essa discussão se fundamenta na necessidade de olhar para os termos a partir de diferentes perspectivas de análises, diferentemente do que ocorria com as primeiras abordagens defendidas pela teoria wüsteriana. A autora, além de apresentar e defender essa linha de pensamento, também aponta as insuficiências que a teoria clássica apresenta, defendendo a ideia de que o termo não pode ser compreendido como uma entidade uniforme e virtual, pelo contrário, o termo é uma unidade linguística que adquire valor especializado no contexto interativo.

Cabré comenta ainda que a Teoria Geral da Terminologia apresenta um caráter reducionista e idealista, isso faz com que haja sérias contestações de que não seria suficiente abarcar as unidades terminológicas numa perspectiva comunicativa, segundo os usos dos especialistas das áreas especializadas.

Para discutir a mudança de estudo dos termos, Cabré (2002) já antecipa a contradição em relação aos estudos wüsterianos, de que a comunicação especializada pode se utilizar de distintos mecanismos que podem ser manifestados, sem deixar de exercer sua finalidade de

transmitir o conhecimento especializado, muito menos perder sua cientificidade. Esses mecanismos coincidem com outras características que evidenciam outras unidades terminológicas e são usadas em diferentes contextos comunicativos. Esse posicionamento, segundo o que aponta Cabré (2002), permite a suposição de que as unidades terminológicas apresentam uma semelhança com elementos de outras unidades da língua natural, bem como de outros sistemas simbólicos não linguísticos.

No contexto da teoria dessas discussões, Cabré entende que uma unidade linguística não pode e nem deve ser vista apenas pela perspectiva de unidade de conhecimento, mas também como uma unidade linguística, uma unidade de conhecimento e uma unidade de comunicação e que a Terminologia, dessa forma, poderia ser considerada uma disciplina interdisciplinar, tendo em vista a natureza de seu objeto de estudo, que seria o termo. O conjunto desses princípios ficou conhecido como a Teoria das Portas.

Outro aporte teórico proposto por Cabré e que dá o tom das discussões linguísticas na Terminologia é a Teoria Comunicativa da Terminologia. A autora (Cabré, 2002) traz quatro apontamentos que são considerados as bases para a proposta, o primeiro destaque é a consideração do conhecimento científico enquanto interdisciplinar. A Terminologia relaciona-se de forma a integrar características de base cognitiva, linguística, semiótica e comunicativa das unidades terminológicas, devendo permitir uma aproximação das diferentes áreas do conhecimento científico com a Linguística. Outro ponto a ser considerado, trata-se do objeto de estudo que são as unidades terminológicas, por isso, o ponto de interesse é na teoria dos termos e não numa teoria do conceito.

A proposta de Cabré considera que as unidades do conhecimento especializado podem ser de natureza linguística e não linguística, ou seja, o conhecimento especializado pode ser disseminado tanto por uma unidade linguística quanto não linguística (símbolos, números etc.). Cabré (2002) assinala ainda que as unidades terminológicas apresentam características iguais e diferentes com as unidades do léxico de uma língua. A especificidade de um termo reside em suas características pragmáticas, bem como sua forma de significação. O significado de uma unidade terminológica é o resultado que surge de uma negociação entre especialistas e não de um comitê de normatização dos usos comunicativos. É a prática comunicativa que determina o significado de uma unidade terminológica.

Conforme já mencionado, as bases da TCT perpassam um caminho paralelo aos princípios da teoria clássica (TGT), que se voltava para uma orientação mais normativa, enquanto a Teoria Comunicativa da Terminologia se direciona a uma preocupação com a comunicação, que não era algo não muito enfatizado na TGT.

Um outro ponto que merece atenção na reflexão de Cabré é a atenção dada aos termos (ou unidades linguísticas) que são apresentados como unidades que têm uma função representativa e comunicativa. Os termos têm a capacidade de representar o conhecimento especializado em diferentes níveis de análise dentro de um mesmo campo especializado, seja mais especializado ou menos especializado (popular). Este último aspecto é o que liga esta pesquisa à TCT, pois lança um olhar para a manifestação dos termos em textos voltados para a população.

Nesta direção, a proposta da TCT expande a visão do termo enquanto objeto dos estudos terminológicos, cujo foco recai na relevância dos aspectos comunicativos em direção ao reconhecimento de considerar as unidades terminológicas como parte da língua natural que se concretizam como termo a partir do uso. Esse é um princípio postulado pela TCT que uma unidade lexical ganha o caráter de termo em situações específicas de uso, considerando ainda o fato de que “o conteúdo de termo não é fixo, mas relativo, variando conforme o cenário comunicativo em que se inscreve” (Krieger; Finatto, 2021, p. 35). Essa característica é importante para entender os passos dados pelos estudos terminológicos em que o foco não é propriamente a *normalização* de termos, mas contribui com o reconhecimento de diferentes abordagens e aplicações da Terminologia.

Outro ponto que vai ao encontro das discussões sobre o discurso especializado do Direito do Consumidor é a capacidade de transmissão da informação/conhecimento especializado. Na perspectiva da TCT, a comunicação pode apresentar diferentes níveis, desde o maior ao menor grau de especialização, criando variados modelos de interação, os quais apresentam como participantes o emissor e seus destinatários variados: especialista para especialista, especialista para aprendiz, especialista ou mediador para o público em geral. Sendo este último o fator preponderante na divulgação da informação dos direitos básicos do consumidor nos sites de livre acesso, visto que a elaboração de textos publicados em sites institucionais, muito embora os dados desses textos sejam levantados por especialistas, a organização desses dados para a elaboração da escrita e publicação são feitas por um mediador

Em tópico sobre a função da Terminologia, Cabré (1999) traz algumas concepções que giram em torno do papel da disciplina, como o fato de que a terminologia é o que representa e transmite o conhecimento especializado, conforme já relatado. Isso leva ao grau de especialização dos textos especializados, que podem ainda fazer variar a sua densidade terminológica em maior ou menor nível de especialização e densidade terminológica. Neste ponto, a autora acrescenta que sendo a unidade terminológica um fator determinante para

expressar o conhecimento especializado, sua função a priori é representar o referido conhecimento.

Esse é um ponto em questão no campo do Direito, nossa busca é analisar como o Direito do Consumidor é representado pelos termos presentes nos textos que apresentam informações aos cidadãos. Partindo dessa função primária de transmissão do conhecimento especializado, a TCT, por apresentar esse caráter multidisciplinar, permite apontar caminhos para problemáticas relativas à comunicação especializada do DC. Conforme pontua Cabré (1999), a unidade terminológica funciona como um mecanismo de transmissão do conhecimento especializado, uma funcionalidade para a comunicação. Esta comunicação corresponde a diferentes objetivos, mas sempre atende a um interesse comunicativo do especialista, emissor desse conhecimento para seu destinatário, que pode ser um público diversificado.

Em síntese, para a TCT, o signo linguístico é analisado a partir de uma concepção multinível, em que a unidade terminológica é constituída por um significante (ou denominação), que tem natureza linguística, e pelo significado (ou conceito), como uma unidade que é cognitiva, mas que também se adequa à comunicação. Desse modo, o signo terminológico é entendido como uma unidade poliédrica e, portanto, adaptável às necessidades comunicativas do homem nas diferentes áreas do saber humano. A TCT tem como fundamento o pressuposto de que o termo, enquanto composto de múltiplas faces, pode ser analisado e estudado por diferentes dimensões. Isso é possível, porque a TCT não se limita a estudar os termos sob uma ótica de padronização, mas considera os fatores comunicativos da linguagem especializada, entendendo ainda que as unidades terminológicas fazem parte da língua natural, bem como também das gramáticas dessas línguas. Nessa perspectiva, a Teoria Comunicativa da Terminologia preconiza que é preciso partir do uso da linguagem em contextos reais, considerando, para isso, dados coletados em contextos de usos especializados, a fim de contemplar o domínio da linguagem especializada (Krieger; Finatto, 2021).

3.2 O termo

Faremos, neste tópico, uma discussão em torno da definição de termo. Isso vai ser feito de um contraponto entre o que preconizava a Teoria Geral da Terminologia (TGT) e como o conceito de termo é assinalado pela Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT), base teórica que defende a descrição do termo.

A abordagem da TGT buscou desenvolver orientações normativas referentes aos termos, cuja valorização recai sobre as bases cognitivas e normativas, visando a padronização dos termos no âmbito comunicativo profissional. Wüster, com essa vertente, buscou aprimorar os estudos das comunicações profissionais, superando assim, possíveis dificuldades que poderiam se apresentar por meio dos sentidos polissêmicos presentes na língua, bem como pela pretensa imprecisão que se daria na comunicação das áreas científicas. Nessa direção, o que se observa na perspectiva wüsteriana é que o autor entende que o conhecimento científico de uma determinada área é extremamente identificado pela sua terminologia, o que vai refletir nos preceitos fundamentais que orientam esse campo de atuação.

Anteriormente, o termo era considerado um elemento autossuficiente e parte de um sistema artificial totalmente fora da língua natural que não sofria os impactos e as regras de funcionamento do sistema linguístico. Ou seja, os termos faziam parte de um grupo classificatório e denominativo que não eram considerados palavras comuns da língua natural. Eles tinham por objetivo ser universais e normalizados, carregando, cada um, apenas uma denominação. Serviam puramente como forma de comunicação profissional para transmitir ou denominar um conhecimento. Portanto, havia uma diferença clara entre o que era “palavra” (unidades utilizadas na comunicação do dia-a-dia, não profissional) e “termo” (elemento descritivo especializado, unívoco, universal e normalizado (Waquil, 2017, p. 86).

Desse modo, os conceitos se organizam de maneira hierárquica em seus aspectos lógico e ontológico, e a terminologia teria como função básica “etiquetar a denominação dos conceitos da comunidade profissional e, deste modo, seu valor comunicativo no discurso profissional não é objeto de interesse⁴” (Cabré, 2002, p. 2). Para Wüster, o valor comunicativo só constrói o objeto de estudo de outras disciplinas, como a teoria da comunicação, os termos só apresentam interesses em si mesmo seguindo de apenas um ponto de vista, o da normalização.

Com a necessidade de olhar para outros elementos envoltos ao termo, a TGT passou a não ser mais suficiente para o estudo e entendimento da ideia de termo. Neste sentido, foram surgindo outras perspectivas para a descrição das unidades terminológicas, como os estudos realizados por Cabré (1999), consolidando a Teoria Comunicativa da Terminologia (TCT).

Esse novo pensamento teórico se associa à compreensão da unidade terminológica sob o viés mais descritivo, tratando, desse modo, da terminologia a partir de fatores que contribuem para a relação do termo com seu uso efetivo no contexto comunicativo real. O reducionismo observado a partir da proposta de Wüster é abandonado porque interfere na

⁴ Texto original: “etiquetar la denominación de los conceptos dentro de la comunicación profesional y, de este modo, su valor comunicativo en el discurso profesional no es objeto de interés” (Cabré, 2002, p. 2).

descrição da comunicação real. Uma outra consideração importante é que o conceito passou a ser visto a partir de um outro ângulo, aquele que compreende uma visão dos significados de forma pragmática e cultural, não apenas lógica.

Para TCT, o termo é considerado como participante da língua natural, faz parte do sistema linguístico e é condicionado às mesmas regras que orientam outras unidades léxicas. Não há mais de se falar em uma diferenciação entre o que é palavra e termo, pois, na perspectiva da TCT, a unidade lexical passa a ter caráter de termo dentro de um contexto especializado. Os termos ou unidades terminológicas caracterizam conceitos específicos de uma determinada área de conhecimento.

Assim, podemos entender o termo como uma palavra (e não uma denominação artificial e normalizada) que se valoriza como termo dentro de um contexto comunicativo especializado; ou seja, comporta-se ora como termo, ora como palavra. Por consequência, uma vez que o termo passou a ser entendido como uma unidade linguística natural, começou-se a considerar todo o impacto e a variação que são **normais ao signo linguístico** (Waquil, 2017, p. 86, grifos nossos).

Diante dessa visão da TCT, é possível entender que uma unidade léxica da língua natural passa, dentro de um contexto especializado, a assumir um valor, uma outra significação. Nessa perspectiva, são considerados o sistema natural dos termos, as funções por ele exercidas e a projeção de seu valor no espaço discursivo, entendendo-os enquanto elementos comunicativos da linguagem especializada. Isso permite “a observação de que os termos são menos unívocos, menos universais e menos sistemáticos como era proposto e apoiado por Wüster” (Waquil, 2017, p. 87). Olhar para os termos neste viés evidencia que, no discurso especializado, não há mais espaço para a ideia de o termo ser universal, pois, como temos visto, o termo também sofre variação no processo comunicativo.

O termo representa “nódulos cognitivos do conhecimento especializado” (Krieger, 2010, p. 314), são componentes constitutivos na disseminação do conhecimento científico e não elementos acessórios. Por isso, a comunicação se constitui enquanto especializada a partir do uso de terminologias de uma determinada área do saber humano, e “consequentemente, a transdisciplinaridade terminológica é uma realidade linguística e semiótica incontestável” (Krieger, 2010, p. 314).

As unidades terminológicas passaram a ser vistas a partir de três concepções de análises: cognitiva, linguística e social (Cabré, 2009). O componente cognitivo corresponde ao conhecimento a respeito de uma área especializada, representa a percepção da realidade do campo especializado. O conhecimento dessa área - que é processo cognitivo - é necessário

para que haja o reconhecimento e formação de sua terminologia, uma vez que sem esse conhecimento ficaria inevitável usar os termos para os estudos numa perspectiva terminológica.

No componente linguístico os termos são signos linguísticos correspondentes da língua natural, recebem as mesmas propriedades e condições, fazem parte sua da gramática das unidades lexicais. A TCT entende o termo enquanto uma unidade lexical, isso permitiu a compreensão sobre o processo de variação em determinado contexto discursivo, analisando o funcionamento dos termos enquanto parte da língua natural.

Quanto ao componente social, os termos servem para o uso da comunicação entre especialistas, mas também para a formação de novos especialistas e divulgação do conhecimento especializado. Dessa forma, o termo apresenta uma dupla função e contribui para a identificação de grupos específicos de uma área especializada, identificar por exemplo, o Direito do Consumidor dentro da grande área do Direito.

3.3 Terminologia do texto: do texto ao texto especializado

Neste tópico, discorreremos sobre as noções de texto especializado que a Terminologia tem apresentado no seu arcabouço teórico. No entanto, antes de adentrarmos nessa discussão, faremos um diálogo sobre a concepção de texto e de texto especializado. E assim, seguiremos discutindo sobre a complexidade do conceito de texto especializado.

Dada a relação da Terminologia com Linguística, os aspectos comunicativos e textuais apresentam-se como uma abordagem que vem sendo aprimorada ao longo dos anos, criando um campo nos estudos terminológicos que se ocupa do texto especializado: a Terminologia Textual. São latentes as indagações levantadas pela Terminologia Textual, como a própria elaboração conceitual de texto e de que maneira se configura o texto especializado. Ciapuscio e Kuguel (2002), por exemplo, trazem uma discussão do grau de especialidade dos textos e como esse resultado pode contribuir com a identificação de termos de uma linguagem especializada.

Neste sentido, um dos objetivos que Ciapuscio e Kuguel (2002) propõem é apresentar uma definição teórica de texto especializado, que é firmemente integrada com o conceito de texto de orientação cognitiva e comunicativa. Com esse trabalho, as autoras traçam uma perspectiva que visa apontar conclusões a respeito do grau de especialidade dos textos e como isso pode influenciar o reconhecimento das unidades léxicas especializadas. Dessa forma, de modo que as discussões em torno do texto especializado consideram aspectos relacionados à

noção de texto desenvolvidas na Linguística do Texto, julgamos pertinente traçar alguns conceitos dessa área aqui. Dessa forma, antes de aprofundarmos a discussão do texto especializado, expomos o que Koch (2003) apresenta sobre a concepção de texto para os estudos da Linguística do Texto.

Koch (2003) afirma que o conceito de texto vem se alterando ao longo dos anos, sobretudo porque as formas e os usos do objeto texto vêm igualmente sofrendo mudanças consideráveis. Traçar uma perspectiva histórica sobre o conceito de texto, mesmo que de forma breve, nos traz uma densa contribuição que permite expandir o entendimento desse conceito que requer discussão. Nos primeiros momentos da Linguística Textual, o texto era tido como “uma unidade linguística (do sistema) superior à frase” ou até mesmo como um “complexo de proposições semânticas.” (idem, 2003, p. 25).

Com o tempo, a partir de uma visão pragmática, o texto passou a ser entendido de uma outra perspectiva em que se considera novos elementos de sua constituição. A exemplo disso são as teorias pragmáticas que tomam o texto como atos de falas. Além disso, temos as vertentes cognitivas, em que a noção de texto passa ser vista como um fenômeno, antes de tudo, psíquico enquanto resultado de processos mentais. Koch (2003) apresenta, por fim, as linhas que entendem o texto sob a visão de atividade verbal, ou seja, o texto é integrante de atividades de comunicação. O texto, nessas vertentes, é apenas uma etapa do processo das atividades comunicativas.

Diante dessas descrições, o texto foi inicialmente entendido como uma organização linguística centrada em si mesmo, uma combinação de frases. Passemos a observar, na descrição de Koch, um olhar mais comunicativo que abandona a ideia de um produto acabado e passa a ser observado com um processo de atividade verbal analisado como um todo, desde seu planejamento próprio, sua verbalização e sua construção. Esses apontamentos, ao serem considerados, permitem a apreensão de que o texto pode ser definido como “resultado parcial de nossa atividade comunicativa, que compreende processos, operações e estratégias que têm lugar na mente humana, e que são postos em ação em situações concretas de interação social.” (Koch, 2003, p. 26). Nesse viés, as modernas considerações acerca do texto têm concluído que o texto é uma atividade verbal que se concretiza nas interações sociais do cotidiano.

A partir dessas considerações, o sistema textual é entendido como um sistema variado e dinâmico, visto que as unidades e as relações no nível microestrutural estão condicionadas a outros fatores de ordem funcional, comunicativa e temáticas. Esses fatores são classificados como fatores textuais de tipo superior sendo em parte penetráveis e sistematizados diante de

aspectos do nível da microestrutura. É possível, a partir desse posicionamento, considerar que o texto enquanto uma unidade dinâmica não se limita a apenas um ponto de análise, uma vez que são objetos complexos, linguísticos e de comunicação.

A partir das ideias, o próprio conceito de texto na Terminologia também tem se alterado ao longo dos anos. Por exemplo, temos a abordagem feita por Hoffmann (2015), de que o texto especializado apresenta semelhantes características com qualquer outro texto e, por isso, os fatores de textualidade também podem ser encontrados, como “a) coesão; b) coerência; c) intencionalidade; d) aceitabilidade; e) informatividade; f) situacionalidade; g) intertextualidade”, conceitos postulados por Beaugrande e Dressler (1981, p. 3-11, apud Hoffmann, 2015, p. 47) no interior da Linguística do Texto. As primeiras reflexões no campo da Terminologia sobre o texto especializado davam conta do texto enquanto uma estrutura. Essa estrutura sofre interferências de partes fundamentais no seu processo de construção, como “o autor, com suas intenções comunicativas, e a estratégia de comunicação daí derivada, bem como o seu destinatário, com expectativas preestabelecidas em relação à sua reação”. (Hoffmann, 2015, p. 47).

Ainda sob a perspectiva de Hoffman, o texto possui um ordenamento em sua estrutura e funcionalidade, o que justifica os aspectos oracionais, semânticos e pragmáticos, unidades linguísticas que se inter cruzam, conhecimentos de mundo construídos nos complexos contextos das ações humanas. Essa concepção enquadra a visão de texto enquanto um objeto linguístico primário da comunicação humana, no sentido de que a linguagem (inclusive a especializada) se realiza somente através dos textos. Uma constatação que deve ser levada em consideração nos estudos do texto especializado, segundo Hoffman (2015), é que o texto deve ser considerado como um todo, não apenas suas partes estruturais, como as frases e palavras.

Os estudos das linguagens especializadas sofreram grandes mudanças que impactaram nas formas de análise dos pesquisadores após os primeiros enfoques wüsterianos, cujo foco era nas unidades terminológicas. Assim, os estudos que antes se centralizavam também no vocabulário especializado, vão se encaminhando para o campo da sintaxe. E essas mudanças não param por aí, mas passam a abranger o texto especializado em sua completude no âmbito da sua estrutura e da sua funcionalidade. Esse movimento de mudança de foco do objeto de estudo ocorreu em muitos campos da Linguística, inclusive, na Terminologia (Hoffmann, 2015). De um modo geral, a perspectiva apontada pelo autor é a de que os estudos sobre linguagens especializadas não se limitam somente aos termos presentes nos textos, visto que a concepção de texto apresenta inúmeras particularidades que devem ser consideradas.

A partir de Hoffman, é possível entender que os textos especializados são produtos considerados, em grande parte, como produtos verbais, que projetam registros comunicativos da linguagem especializada. Isso se estende às referências temáticas específicas de um dado campo de especialidade. Como é o caso dos textos que compõem o *corpus* dessa pesquisa, enquadram-se na grande área do Direito e tratam especificamente da temática do direito ao consumidor. São textos que, muito embora, não sejam necessariamente destinados a especialistas, mas apresentam uma temática especializada e a presença de unidades terminológicas que disseminam o conhecimento especializado.

Ciapuscio (2003), consoante as descrições sobre as convenções retóricas do texto especializado, aponta fatores que são propícios ao texto, como os aspectos da função textual, os aspectos ligados à situacionalidade e aos dados temáticos. Esses pontos de interesses são fundamentais para a consolidação do texto especializado, uma vez que estão correlacionados ao nível da estrutura linguística, da sintaxe e do léxico.

Para cada nível, há pontos de análise a serem levados em consideração, as escolhas dos níveis apontam diferentes circunstâncias e progressões do ponto de vista do pesquisador. Em relação à sintaxe, por exemplo, as unidades lexicais, os modos de concordância e as possibilidades de escolhas e combinações são pertencentes característicos. E isso permite uma seleção específica, constante e regular de viabilidades que são estabelecidas pelo registro e o contexto do texto. Quanto ao nível lexical, um sinal claro do texto especializado é a presença de terminologias, que apresenta uma grande variação na ocorrência, densidade e tratamentos por parte dos falantes.

Esse, como mencionado, é um dos pontos de interesse que toca esta pesquisa. De modo que, ao lançarmos um olhar para textos publicados em sites institucionais, nos chama atenção a presença de termos do discurso especializado do Direito do Consumidor. É neste ponto também que consideramos esses textos como especializados, uma vez que os textos, além de tratar da temática do Direito do Consumidor, fazem isso por meio da terminologia desse campo especializado. São textos que comportam assuntos específicos da especialidade do direito ao consumidor e que, ocasionalmente, estão ligados a convenções e práticas linguísticas da área. Esses aspectos, tanto no nível da organização linguística quanto no tema abordado, caracterizam a totalidade dos textos especializados que funcionam como meio de transmissão e circulação das informações no campo do direito ao consumidor.

O texto especializado busca alcançar determinada aceitação dos resultados apresentados por uma comunidade científica. Cada texto objetiva, de um modo geral,

transmitir fatos científicos. O que pode contribuir para diferenciá-los dos textos gerais são o campo discursivo, os interlocutores e a própria composição textual (Ciapuscio, 1998).

São questões como estas que embasam as pesquisas terminológicas, como bem mostra Ciapuscio (1998) ao pontuar, por exemplo, trabalhos já realizados (Cabré 1998;1999, Temmerman, 1997) e que abrem espaço para questionamentos em relação à natureza e à variação conceitual e formal, ou seja, o comportamento linguístico dos termos em ocorrências reais e a relação que os termos estabelecem diante dos fatores textuais e discursivos. Esses dados, ainda muito discutíveis e que demandam respostas mais conclusivas, evidenciam as grandes abordagens que envolvem as pesquisas na área da Terminologia. Diante desses fatores, temos visto, nos trabalhos de Ciapuscio (1998), buscas para compreender e explicar o funcionamento do termo a partir de uma perspectiva textual, e, para isso, considera-se o termo enquanto uma unidade linguístico-comunicativa. Isso porque trata-se do resultado de uma determinada conceituação dada por um falante e que ocorre de forma simultânea com a interpretação que os possíveis destinatários podem apresentar.

O caráter do texto especializado é de um todo linguístico em sua natureza, o que significa que combina de modo simultâneo várias semioses (imagens, gráficos, letras, números etc.). Essa combinação de códigos serve para representar a realidade de um campo de especialidade, trata-se de uma representação que depende de fatores sociopragmáticos que enquadram o texto e contribuem para sua natureza.

Cabré (2002), por sua vez, ao discutir em seus textos aspectos envoltos na classificação do texto especializado, traz um fundamento norteador em relação às condições estruturais. A estudiosa nos aponta um fato que já se estabeleceu nos estudos dos textos especializados, a comum afirmação de que os textos são caracterizados estruturalmente sob dois níveis, a saber: no nível textual, onde os textos são considerados precisos, concisos e sistemáticos; e no nível gramatical, que compreende basicamente o âmbito lexical. Neste nível está incluída a terminologia própria do tema que o texto aborda.

Outro fato ligado às concepções mencionadas é o uso de unidades terminológicas, unidades essas que apresentam um valor especializado não como uma unidade virtual, mas no uso comunicativo por meio dos textos de uma determinada área. Essas unidades, em companhia com outras unidades linguísticas, são fundamentais e determinantes para assentar o valor de um texto em seu nível de precisão, concisão e sistematização. Dessa forma, nota-se que a precisão de um texto será mais evidente na medida em que se empregue um maior número de unidades terminológicas com valor fixado em determinada área de conhecimento. Isso aponta a afirmação de que, quanto mais consenso no conteúdo de um campo de

conhecimento existir, mais determinado e preciso será o significado que as unidades linguísticas vão apontar nos textos (Cabré, 2002).

Os termos do Direito do Consumidor representam conceitos próprios dessa área, e concordamos com Cabré (2002) no sentido de que devido ao consenso estabelecido pelos especialistas da área, esses termos apresentam um significado determinado e relativamente preciso dentro dos textos institucionais. As ideias construídas dentro dos textos se dão justamente por essa relação estabelecida com o conhecimento encapsulado pelos termos, pois o significado desses termos transmite com alguma precisão o conhecimento especializado. Com isso, é possível entender que a propagação do conhecimento especializado se consolida pelas vias discursivas em que os textos se encontram. Este é um dado importante no campo dos estudos terminológicos, visto que as análises saem de um posicionamento mais lexicalista e passa a abranger um teor textual-funcionalista, abrangendo por exemplo, a capacidade de transmitir o conhecimento aos seus participantes, como veremos abaixo.

a) Produtor e destinat rios⁵

Em primeiro lugar, a respeito da relação autor e destinatário, ou, como menciona Cabré, produtor e destinatário, a autora aponta a relação do produtor e dos destinatários. Houve uma grande e complexa mudança em relação a difusão do conhecimento especializado e isso se deu em virtude da entrada de profissionais que não são formados na área que pretende divulgar, como os jornalistas, com o jornalismo científico. A exemplo disso, podemos citar interessados em divulgar dados sobre o Direito do Consumidor, mas que não são, necessariamente, especialistas da área, ou seja, não apresentam uma formação específica no campo do Direito.

Como no caso dos responsáveis pela publicação dos textos nos sites institucionais, que por vezes podem não ter formação na área do DC, mas fazem parte desse quadro, uma vez que se aprofundam nas teorias e práticas do conhecimento científico, buscando averiguar os fatos a serem divulgados. Por outro lado, há também o fato de que tivemos uma ampla divulgação por meios de comunicação e generalização dos conhecimentos especializados. São fatores de ordem sociais que, devido às mudanças nos cenários econ mico e político das ciências, permitiram uma abertura para propagação da informação de forma variada.

⁵ As denominações dos tópicos a e b apresentam uma tradução nossa do texto original.

a) Texto original: "Productor y destinatarios" (Cabré, 2002, p. 10).

No entanto, há que se notar que as evoluções ocorridas ao longo dos anos proporcionaram mudanças no campo das ciências. Cabré (2002) pontua que seria de se estranhar se apenas pessoas especializadas pudessem produzir textos e ainda que esses textos fossem direcionados apenas aos especialistas, já que vivemos uma incontável mudança no mundo. É notória a participação de agentes no processo de divulgação do conhecimento científico junto aos especialistas, mas é preciso considerar que essas mudanças não podem permitir que se confunda esses produtores com os produtores especializados. O termo “especialista” descrito por Cabré (2002) destina-se, em seu ponto de vista, aos que dispõem da capacidade de incorporar dados inovadores em determinada área de conhecimento, ou mesmo àqueles que por algum motivo não criem, mas em posição de divulgador, possa mediar conhecimento científico no campo destinado.

Esses apontamentos que trazemos é em concordância ao que o campo do conhecimento especializado se constitui, visto que os temas tratados não são destinados somente aos especialistas. Os destinatários dos textos especializados são constituídos por um grupo diversificado, que abarca além dos especialistas, todos os cidadãos, os denominados semi-especialistas que podem ser incluídos estudantes, jornalistas e produtores especializados, por exemplo. Em consonância aos destinatários, é de supor que a divulgação do conhecimento especializado pressupõe sempre um ato de aprendizagem esperado pelos produtores do conhecimento com base no impacto da aquisição por parte dos receptores (Cabré, 2002).

b) Dos textos altamente especializados a textos de divulgação⁶

A respeito da tipologia dos textos especializados, é possível apontar, de um modo geral, dois parâmetros que norteiam essa abordagem. Um desses critérios está voltado para temática enquanto o outro está direcionado ao nível de especialização. Esses dois critérios permitem a classificação da ocorrência dos tipos de variação que os textos podem apresentar, como a variação horizontal definida pela temática empregada nos textos, e ainda a variação vertical que está relacionada ao grau de especialização dos textos. Um fato importante sobre essas descrições é a atenção dada ao aspecto da temática dos textos especializados, uma vez que a classificação dos textos tem sido feita através da função que o texto tem em uma disciplina ou mesmo na área de conhecimento.

Cabré (2002) defende que a tipologização vertical dos textos especializados tem sido feita por meio de um critério fundamental, o nível de especialização desses textos. Cada uma

⁶ Texto original: “De los textos altamente especializados a los textos de divulgación” (Cabré, 2002, p. 12).

das classificações está diretamente relacionada aos gêneros dos textos e suas respectivas funções enquanto transmissores de conhecimentos, diferenciando os tipos de textos que são produzidos e direcionados a cada tipo de destinatário. A partir desse posicionamento, a autora aponta três níveis de especialização e suas correlações, que sintetizamos no quadro abaixo.

Quadro 01: Tipologização vertical dos textos especializados

Tipologização vertical dos textos especializados	
Classificação dos textos	Correlação para a função de transmissão de conhecimento
Muito especializado ou altamente ⁷ especializado	Especialista para especialista
Medianamente especializado ⁸	Especialista para aprendiz de especialista
Baixo nível de especialização ⁹	Destinado ao público interessado, mas sem competência específica na matéria.

Fonte: Quadro elaborado com base em Cabré (2002, p. 10 - 13)

Cada um dos grupos apresentados, conforme constam, há textos que transmitem conhecimentos para cada tipo de público e sua especialidade. Observa-se que há uma hierarquia em cada um deles, começando de um alto nível de especialização, em que se encontram apenas especialistas, passando a um nível de especialização média, que comporta não só o especialista, mas também aqueles (aprendizes, por exemplos) que buscam fazer parte da mesma comunidade.

Por fim, temos o nível considerado menos especializado. Neste grupo há um direcionamento ao público geral com manifestação daqueles que detêm interesse pelo assunto, mas que não apresentam competência específica da área. Cabré (2002, p. 13) assinala ainda que os textos que se enquadram neste grupo são chamados de *textos de divulgação especializada*, visto que são destinados a um público interessado no conhecimento divulgado.

⁷ Texto original: “*muy especializados o altamente especializados*” (Grifos originais) - “especialista a especialista” (Cabré, 2002, p. 13).

⁸ Texto original: “*medianamente especializados*” (Grifos originais) - “especialista a aprendiz de especialista” (Cabré, 2002, p. 13).

⁹ Texto original: “*bajo nivel de especialización*” (Grifos originais) - “destinados al público interesado, pero sin competencia específica en la materia” (Cabré, 2002, p. 13).

3.4 Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT)

Este tópico é organizado com discussões em torno de trabalhos realizados sobre a temática da Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT). Inicialmente, fizemos uma descrição dos estudos realizados pelo grupo de pesquisa coordenado pela professora e pesquisadora Maria José Bocorny Finatto. Logo em seguida, há considerações sobre o tópico da ATT em consonância com trabalhos sobre a temática. Abrimos um tópico para discutir a *Linguagem Simples*, conceito relacionado a ATT.

3.4.1 Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) no Brasil.

A Terminologia tem sido concebida enquanto uma área pautada nos estudos do texto, bem como do discurso especializado. Nessa direção, também foram ampliadas suas perspectivas de estudos, passando a considerar diferentes fatores em volta das unidades terminológicas. No campo de atuação da Terminologia, vemos abordagens que buscam resolver problemas da comunicação e, nesse sentido, é válido ressaltar que a disciplina também pode contribuir com a área da Divulgação Científica. A comunicação especializada é um interesse da Terminologia, sendo assim, é uma disciplina que tem aberto espaço para estudar a prática comunicativa aos mais diversos cidadãos.

Nessa perspectiva de estudo dos estudos terminológicos, temos visto discussões em volta do conceito de Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) (Finatto; Paraguassu, 2021). Idealizado por Maria José Bocorny Finatto e seu grupo de estudos, a ATT é uma proposta da Terminologia que se dedica a estudar maneiras de facilitar a comunicação para diferentes pessoas. Essa temática é abordada em seu grupo de pesquisa intitulado *Lexicografia, Terminologia e Tradução: Relações Textuais* junto ao Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPG-LETRAS-UFRGS). O grupo vem desenvolvendo pesquisas tanto no âmbito da Iniciação Científica quanto Mestrado e Doutorado, desde o ano de 2016.

Os estudos nessa vertente, explica Finatto e Motta (2017, p. 316), analisam “textos, discursos, terminologias, vocabulários e convenções de escrita de diferentes áreas do conhecimento, tendo em mente subsidiar a facilitação da compreensão por parte de leitores brasileiros adultos de escolaridade limitada”. Diante dos estudos em Terminologia no Brasil, bem como o contato com as abordagens do pesquisador Lothar Hoffmann (2015), as autoras pontuam que isso permitiu um olhar mais focado no texto em detrimento aos termos.

Desse modo, ao explorar o tópico da acessibilidade em Terminologia, colocando-nos um novo e pontual tema de estudos, procuramos avançar no tratamento do texto, indo além do reconhecimento de terminologias e de seus respectivos conceitos para a criação de glossários ou de bases de dados. Partindo da reflexão sobre um todo de texto, que significa, que comunica e que contém terminologias, além de uma série de outros tantos elementos, buscamos identificar bases linguístico-terminológicas, teóricas e metodológicas, que possam dar suporte para a redação de textos facilitados. Esses textos são, principalmente, os que abordem temas científicos ou tecnológicos e que sejam dirigidos a diferentes perfis de leitores (Finatto; Motta, 2017, p. 318).

Essa preocupação com textos acessíveis diz respeito a uma abordagem não somente na presença do termo, mas também na organização do texto. Finatto (2021, p. 23) explica que “acessibilidade terminológica, em meio aos textos que normalmente tratam de termos científicos ou técnicos, diz respeito à busca de uma (boa) compreensão dos termos “técnicos”, cujos significados precisarão ser explicados de algum modo”. Enquanto a acessibilidade textual está voltada para a organização dos textos e dos elementos presentes que possam dificultar a compreensão do leitor.

3.4.2 Estudos em Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT)

Para falar em acessibilidade, antes, é interessante conceber seu conceito e como este se manifesta nas várias esferas da sociedade. De um modo geral, o termo acessibilidade remete à abordagem ligada às condições de facilitação de acesso àqueles que, de alguma forma, têm alguma dificuldade motora, e tem a ver com o fato da inserção destes nos espaços e atividades, além das igualdades de oportunidades para os diferentes âmbitos sociais. A acessibilidade é um conceito que busca possibilidade de melhoria nos entraves que ocasionam na inviolabilidade dos direitos básicos de todo e qualquer cidadão, como a segurança pública e o acesso à justiça. A acessibilidade se expande a todos que precisam de condições de uso para utilizar espaços e serviços públicos, permitindo assim que haja autonomia para o exercício da cidadania.

Há de se notar que a acessibilidade engloba inúmeros fatores relacionados a situações básicas atuantes das pessoas, como o direito de se manter informado. Considerando que todo cidadão tem como direito básico o acesso à informação, podemos elencar que a forma como essas informações são repassadas pode gerar uma necessidade de adaptação da linguagem para que seja possível alcançar todos que detém interesse informacional. O que se pretende pontuar é que, em se tratando de acesso à informação, é preciso considerar os diferentes níveis

de conhecimento do público, assim como deve-se levar em consideração os meios pelos quais as comunicações são disponibilizadas.

Ao trazermos o texto como meio de projeção das informações sobre os direitos dos consumidores, é válido atenuar que esses textos acabam por apresentar termos que fazem parte da linguagem jurídica do Código de Defesa do Consumidor. Dessa forma, procuramos respaldos para trabalhar essa questão no espaço da Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT), a qual apresenta significativas contribuições para pensar os estudos terminológicos por meio de uma visão ampla dos aspectos textuais em direção a uma linguagem acessível. A acessibilidade textual e terminológica, no que tange os textos de especialidade, foca na busca de uma compreensão clara dos termos técnicos e científicos.

Apoiada nos fundamentos da Terminologia Descritivista, a Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) vem se desenvolvendo nos estudos a respeito da comunicabilidade de assuntos científicos e que “tem a ver com um todo de informação, o texto como um conjunto, e com a sua ‘arquitetura’” (Finatto, 2021, p. 23). Quando se tem o texto como um todo dos estudos terminológicos, o olhar passa dos aspectos estritamente morfológicos e semânticos, por exemplo, e considera as relações estabelecidas pelas unidades linguísticas que constituem o tecido textual. Nesta direção, há fatores que podem fortalecer o nível de complexidade do texto, como a estrutura de frases, que, conforme sua formação, pode apresentar dificuldades de leitura e entendimento; o emprego de conjunções entre as sentenças, que mesmo exercendo seu papel de relacionar uma oração a outra, pode também causar empecilho na leitura.

A ATT é uma condição que corresponde ao ideal de bom funcionamento do texto, capaz de prever e de acolher diferentes tipos de leitores, conforme suas necessidades e condições. Além disso, vale o alerta, simplificar não é, necessariamente e apenas, “encolher” um texto, cortando-se informações que se julgam difíceis ou supérfluas. Muitas vezes, é preciso enriquecer o texto, refazê-lo, o que exige incluir explicações, exemplos, analogias ou outros recursos (Finatto, 2021, p. 23).

Um texto público, portanto, deve considerar seus potenciais leitores e seu veículo de propagação, uma vez que estamos diante da era da informação com uma quantidade significativa de diversos tipos de textos informativos. Por isso, em alertas sobre a abordagem da ATT, Finatto e Paraguassu (2021, p. 21) apontam que “informar não é sempre sinônimo de comunicar, principalmente se o que se informa o destinatário não consegue compreender”, visto que tornar um texto acessível é uma tarefa que exige esforços, não cabe apenas a utilização de sinônimos ou condensação do texto, retirando suas partes, deixando-o resumido.

Observa-se que essas ponderações já nos remetem a uma abordagem que vem ganhando espaço nas pesquisas terminológicas, que é o tratamento dado ao texto especializado. A preocupação passa a abranger o termo por meio do funcionamento textual, no sentido de que o enfoque passa a ser centrado mais no texto e isso tem aberto caminhos para discutir a *acessibilidade* no texto, como vemos em Finatto e Motta (2017), um avanço para o tratamento dado ao texto no campo da Terminologia.

Essa é uma proposta nova, mas que vem ganhando força devido a sua importância e necessidade de contribuição com a divulgação de textos que tratam do conhecimento especializado. Essa contribuição aos estudos terminológicos, enfatizam as autoras, vai em direção a avanços, no sentido de que vai “indo além do reconhecimento de terminologias e de seus respectivos conceitos para a criação de glossários ou de bases de dados” (Finatto; Motta, 2017, p. 318). Isso porque, nesta perspectiva de estudo, o texto é analisado como um todo, desde sua função comunicativa até a presença de termos. Por isso, a proposta é buscar alternativas baseadas nos enfoques linguísticos e terminológicos que possam ajudar na produção de textos acessíveis.

Considerar o texto como um todo é considerar também a sua complexidade, que passa a ser entendida como uma condição percebida pelo leitor, de forma que este precise de um impulso a mais para compreender um determinado texto. Essa condição é determinada como complexidade textual (CT) (Finatto e Motta, 2017), que o leitor/usuário poderia identificar por meio de um *conjunto de recursos* ou características de uma determinada forma de escrita. Essa é uma questão que consideramos pertinente no âmbito desta pesquisa, visto que nos debruçamos sobre uma escrita que comumente pode ser considerada de fácil compreensão por ser notícias direcionadas ao público geral. No entanto, é importante antecipar que já se observou a presença de termos do discurso especializado do Direito do Consumidor nos textos previamente analisados por esta pesquisa.

Esse pode ser um fator determinante que dificulte a compreensão do leitor, uma vez que concordamos com as autoras de que a complexidade textual se apresenta através de recursos como o léxico, a estrutura textual, o emprego de certas formas de menção e retomadas dentro do texto e a presença de terminologia específica. E no caso deste trabalho, vemos palavras que fazem parte do vocabulário geral, mas que ao ganhar a condição de termo pode parecer distante do conhecimento de um determinado tipo de leitor, especialmente aquele que não está familiarizado com a área do Direito.

Nessa mesma perspectiva, apontamos, por exemplo, o trabalho de Serra (2024), que dialoga com nossa pesquisa, no sentido de que aponta para a necessidade de discutir a

importância da linguagem simples em textos de instituições governamentais, bem como o espaço para a publicação desses textos nos sites consultados. Nos estudos do autor sobre a presença de termos da ciência nos textos de divulgação científica, o autor mostra, dentre as problemáticas discutidas, a dificuldade de encontrar um espaço para as notícias científicas dentro dos sites de instituições de pesquisa e de financiamento público das ciências no Maranhão.

O autor destaca que o foco desses sites seria a divulgação da ciência para toda sociedade, no entanto, pelo levantamento feito pelo autor, isso não ocorre nos sites selecionados para a pesquisa. Isso nos revela mais um ponto a ser discutido na Acessibilidade Textual e Terminológica, pois, se esses sites que apresentam como um de seus objetivos a divulgação de conhecimentos especializados para toda a comunidade não realizam a divulgação, então é preciso olhar para essa lacuna. Além disso, nos raros textos sobre a notícia científica, é necessário destacar a presença de terminologias com alto nível de densidade terminológica. Essa questão faz emergir indagações sobre a falta de preocupação com a comunidade de um modo geral e o próprio processo de divulgação do saber científico. Nessa perspectiva, o autor se questiona se o que vemos nesses sites é mesmo uma divulgação científica.

A pesquisa de Serra (2024) visou identificar termos técnicos e científicos que possam comprometer a leitura das informações sobre ciência. O trabalho sobre os termos presentes em textos de divulgação científica disponibilizados em sites de instituições e pesquisa no Maranhão é um exemplo da discussão que a pesquisa sobre a complexidade dos textos institucionais e sobre a pesquisa pode apresentar. A pesquisa considera que os textos presentes nesses sites são direcionados ao público geral, em que os leitores podem não apresentar conhecimentos prévios sobre ciência ou mesmo certa aproximação com a estrutura e estilo do texto.

Ao trazermos esses estudos realizados, buscamos enfatizar a contribuição da Terminologia para a aproximação dos conhecimentos científicos ao público leigo, que consideramos como aquele que representa uma certa distância de uma determinada área, como no âmbito jurídico, por exemplo. Compreendemos também que a não compreensão de um texto não se limita à existência de termos técnicos e científicos, mas desdobra-se em diferentes fatores, seja pela estrutura textual, pela presença de determinados vocábulos ou mesmo as características estilísticas. É importante pensarmos na necessidade de divulgação da informação científica e apresentar a reflexão da Terminologia para os estudos sobre a acessibilidade dos textos técnicos e científicos

3.4.3 Linguagem Simples

Quando pensamos a acessibilidade em textos, isso vai em direção a adaptação, a forma como deve ser feita para tornar um texto mais acessível possível a diferentes leitores. Essa acessibilidade pode ser pensada por meio de uma prática que simplifique a linguagem, permitindo que o texto seja mais compreensível e mais direcionado ao público-alvo. A divulgação das informações envolve uma escrita apresentada em linguagem simples, pensando nas necessidades e condições que as pessoas possam apresentar.

Como bem pontua Finatto (2021, p. 34), para concretizar a prática de acessibilidade não basta apenas reduzir um texto, é preciso considerar diferentes fatores. Exemplo disso, a autora cita que é preciso “enriquecer” o texto. “Enriquecer” aqui significará incluir explicações e adotar o uso de construções mais familiares ao leitor”. Se a informação é um direito de todos, então cabe pensar a acessibilidade como pontes, mecanismos que auxiliem para que a comunicação seja eficaz. Retomando o trabalho de Fischer (2021), Finatto (2021, p. 34) afirma que a linguagem simples é tida como uma “linguagem textual e terminologicamente acessível, apresentada de um modo que torna possível o entendimento de diferentes pessoas, conforme suas necessidades e condições”.

Em sua dissertação de mestrado realizada em Design e Comunicação, Fischer (2021) trata sobre *linguagem simples* diante de problemas identificados em textos governamentais. A abordagem dada ao conceito de linguagem simples é feita a partir da verificação de compreensibilidade da informação em textos que tratam sobre auxílios concedidos pelo INSS. Essas informações são disponibilizadas no site do governo brasileiro.

A autora, antes de partir para a análise dos textos governamentais, apresenta definições sobre o que os autores entendem como linguagem simples. A autora pondera que a Linguagem Simples, além de ser um movimento, também é uma técnica, e seu foco é a disseminação da informação de maneira clara e objetiva, de modo a evitar “elementos linguísticos característicos do burocratês” (Fischer, 2021, p. 75). Linguagem Simples é uma expressão traduzida do termo em inglês *Plain Language*, que nas palavras da autora, poderia ser traduzida como “Linguagem Simples, Linguagem Clara, Linguagem Direta, Linguagem Objetiva ou Linguagem Fácil, além de outras variações”.

Ao trazer as definições sobre a Linguagem Simples, Fischer (2021) menciona trabalhos de pesquisadores brasileiros, como Martins e Filgueiras (2007) que se preocupam com o assunto.

Plain Language pode ser definido como linguagem clara e simples ou ainda desburocratizada. Ainda pode ser considerada como uma filosofia ou tendência a favor do uso da clareza e escrita minuciosa que visa à compreensão e que tem, portanto, como objetivo tornar o texto perfeitamente apreensível para determinado público. (Martins; Filgueiras, 2007, *apud* Fischer, 2021, p. 77)

Neste sentido, a Linguagem Simples é um modo particular e facilitado de escrever ou mesmo falar, de forma a contribuir com a compreensão. Isso é uma necessidade comunicativa que visa garantir que qualquer pessoa possa compreender a mensagem, sem uma necessidade prévia do conhecimento especializado. Por isso, é imprescindível o emprego de palavras mais fáceis ou mesmo o uso de frases mais curtas, evitando termos em explicações ou jargões.

Fischer (2018 *apud* 2021) afirma que a Linguagem Simples é um conjunto de atividades práticas que visam facilitar a leitura, bem como a compreensão de um determinado texto. Pensar o processo para a disseminação do conhecimento científico é considerar o público a ser alcançado, pois é preciso organizar as ideias e a forma como isso será repassado, escolhendo palavras de uso mais comum e estruturar as frases de maneira mais simples. Isso auxilia o leitor a identificar com mais precisão a informação a qual está buscando, para que assim possa entender o assunto, a temática abordada. Dessa forma, uma comunicação estabelecida em Linguagem Simples é “visualmente convidativa e fácil de ler porque foi escrita com esta meta. Costuma ter o tom de uma conversa amigável e respeitosa” Fischer (2018 *apud* 2021, p. 77). Pensar essas abordagens é respeitar e conceder um direito básico de todos, o direito a ter acesso à informação em diferentes áreas.

4 DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA: CORPUS, RESULTADOS E ANÁLISE.

Neste capítulo, descrevemos os passos seguidos para coleta e análise dos dados. São tratados dos procedimentos metodológicos que norteiam o desenvolvimento deste trabalho em cada uma das etapas. Todo o processo foi realizado por estágio de investigação, sendo assim, optamos por organizar essa seção por subtópicos a fim apresentar com precisão os dados de cada processo.

No primeiro tópico, 4.1 *Levantamento teórico*, fazemos uma abordagem dos passos de leitura que dão embasamento para pesquisa, desde as bases teóricas no campo da Terminologia, Acessibilidade Textual e Terminológica até a leitura minuciosa do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Em seguida, no subtópico 4.2 *Corpus da pesquisa*, a discussão se estende à descrição da etapa de coleta e construção do *corpus* de pesquisa, justificção e escolha dos textos. Embora os textos sejam todos de sites institucionais, em 4.3 *Níveis de especialidade dos textos*, discorremos sobre os passos seguidos para identificação dos níveis de especialidade dos textos, considerando para critério de organização os sites de cada organização pública. Em 4.4 *Crítérios para seleção dos termos*, tratamos a respeito dos critérios empregados na etapa de reconhecimento das unidades terminológicas. Em seguida, apresentamos o subtópico 4.5 *Termos jurídicos* com a amostra dos termos organizados por meio de uma árvore conceitual, a fim de apresentar a relação conceitual entre as unidades linguísticas. Por fim, apresentamos subtópico 4.6 *Procedimentos de análise* para discussão dos termos nos textos do *corpus*.

4.1 Levantamento teórico

Para o desenvolvimento dessa pesquisa, estabelecemos alguns critérios metodológicos para o levantamento dos dados. São critérios que permitiram pontuar aspectos teóricos e metodológicos do campo de pesquisa deste trabalho, que é a Terminologia, através do referencial teórico, bem como da área do direito do consumidor.

O primeiro passo para a pesquisa foi a leitura de textos no campo dos estudos em Terminologia descritiva e sobre o conceito de Acessibilidade textual e Terminológica, o que deu suporte para pensar o trabalho a partir da perspectiva de funcionamento dos termos, com especial atenção à presença terminológica em textos para o público leigo.

Em segundo momento, foi a leitura relativa ao Direito do Consumidor. Quando a esse critério, fizemos uma leitura sobre os artigos 5º e 6º da Constituição Federal para pensar a

importância dos direitos fundamentais do cidadão. Em seguida, examinamos a Lei 8.078/1990, que é o Código de Defesa do Consumidor (CDC). Essa leitura foi realizada por meio de recursos, como dicionários jurídicos de Diniz (2022), Luz, (2022) e Sidou (2016). Também usamos como suporte cursos do direito do consumidor, como Miragem (2024) e Nunes (2021) e o programa de Direito do Consumidor de Cavalieri Filho (2022).

4.1.1 Escolha dos sites para construção do corpus

Os sites usados para coleta dos textos foram escolhidos pensando no papel que eles ocupam, são sites de instituições ligados à publicação de informações sobre questões públicas. Dentre as informações propagadas estão as informações sobre fatos ligados aos direitos dos consumidores. Um dos sites utilizados para a coleta dos textos para compor o *corpus* de pesquisas foi o site do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IDEC, que é uma associação de consumidores não governamental e sem fins lucrativos. Além desses, recorremos aos sites governamentais, como o site do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDF e o da Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON. Sendo este último site vinculado ao portal gov.br, que unifica todos os canais digitais referente ao governo federal. Assim, o portal é como uma porta de entrada que direciona as pesquisas para áreas e informações que correspondam ao assunto buscado, de acordo com o filtro de pesquisa.

4.2 Corpus da pesquisa

Para identificar os textos nos sites selecionados, usamos o recurso de busca na própria página a partir de alguns termos chave de pesquisa, como “direitos básicos do consumidor”, “direitos do consumidor” entre outros termos da terminologia do Código de Defesa do Consumidor. A coleta foi realizada com textos publicados entre os anos de 2020 e 2023, totalizando 227 textos de notícias, os quais apresentam bases temáticas comuns: violação dos direitos do consumidor através de fatos ocorridos no Brasil e ainda orientações sobre prevenção, recomendações e cuidados com a aquisição de produtos e serviços.

Esses filtros de pesquisa foram mais utilizados nos sites do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDF e o da Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON, visto que são sites que apresentam uma abrangência maior em relação a quantidade de informações disponibilizadas para o cidadão. Isso permitiu uma maior precisão

na quantidade e amostra de textos sobre a temática do direito do consumidor. Já no site do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor - IDEC, não foi preciso ênfase no uso desses filtros em virtude de o site ser específico da área e as informações contidas serem diretamente voltadas para o consumidor.

Os 227 textos de notícias foram divididos em grupos de cada um dos sites selecionados, sendo 17 textos retirados do IDEC, 119 do site SENACON e o restante, 91 textos foram do site do TJDF. É válido ressaltar que cada um desses sites, bem como a forma como as informações são retratadas apresentam características específicas, como tamanho dos textos, estrutura textual, aspectos linguísticos e destinatários. No entanto, todos os sites apresentam um objetivo em comum, dispor de informações sobre ações jurídicas para a sociedade.

O *corpus* é composto por textos que visam informar o leitor sobre temas específicos, fornecendo dados e explicações sobre fatos e ações relevantes no âmbito social. As informações são repassadas de maneira direta, mas há também uma quantidade significativa de termos e expressões que podem apresentar um efeito contrário.

Além disso, não podemos deixar de explicitar o fato de que os textos em seu maior número, são textos curtos, pela própria natureza do texto informativo como os que foram selecionados neste trabalho. Sabemos que a velocidade nos dias atuais é uma questão comum e faz com que necessitemos de respostas rápidas, diretas e sem rodeios. Isso acaba interferindo na produção textual desses sites, uma vez que o leitor sempre vai em busca de algo preciso, e como resultado vemos textos extremamente sintéticos e com poucos detalhes. Há de se pensar que essa estratégia é para facilitar o leitor, no entanto isso acaba contribuindo para outros problemas, como já destacamos, que é presença de termos sem uma explicação clara e a ausência de recursos que “traduzam” os conceitos que são representados pelos termos.

São questões como essas que chamam atenção para o desenvolvimento desta pesquisa. Então é preciso pensar que nem sempre a redução de um texto vai torná-lo acessível, ou mesmo adicionar informações frente a um termo. Vejamos, por exemplo, o trecho de um dos textos do nosso *corpus* retirado do site do TJDF a respeito dos direitos do consumidor.

*“venda **casada** consiste em atrelar o fornecimento de um produto ou serviço a outro, que usualmente é vendido separado, de forma a compelir o consumidor a aceitá-los em razão de sua necessidade ou vulnerabilidade.”* (grifos nossos).

Este é um termo que aparece acompanhado de uma explicação, mas que devido a forma como aparece não se torna um texto muito explicativo para um leitor sem

conhecimento da área ou com pouca relação com a leitura. Basta, para isso, por exemplo, selecionar as palavras “atrelar”, “fornecimento”, “usualmente”, “compelir”, presentes na explicação do termo destacado que veremos a dificuldade de compreensão de entender que o termo se refere ao fato de que um produto só pode ser comprado se for comprado juntamente com um outro. Uma ilustração para o conceito apresentado é a situação em que alguém só pode vender o leite, se o comprador também levar o pão. (Diniz, 2022).

Neste sentido, não há obrigatoriedade de o consumidor adquirir os dois produtos, pois segundo o CDC é um crime contra o consumidor. Esse termo, como mostrado, aparece com frequência no processamento de textos. Considerando a hipótese de que o consumidor recorre aos sites para tomar conhecimento do que não compreendeu no texto da lei, isso pode acabar gerando ainda mais distanciamento do cidadão com o acesso à informação.

A escolha por trabalhar com textos informativos se deu em virtude da grande necessidade de considerarmos como esses textos são direcionados ao público diverso. Isso faz com que pensemos a que tipo de consumidor estes textos são direcionados, já que pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), em seu artigo 2º, este é considerado como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Dessa forma, um consumidor pode apresentar diferentes níveis de conhecimento a respeito do campo de especialidade, podendo este ser especialista ou não. E nosso interesse recai justamente nessa problemática, considerar o consumidor que apresenta pouco ou nenhum conhecimento da área.

Outro ponto de nosso interesse é o fato de que a internet é uma ferramenta que auxilia grande parte das necessidades humanas, permitindo com que as informações alcancem a incontáveis pessoas e não é incomum as pessoas acessarem buscadores como o site google para encontrar informações especializadas, aumentando, com isso o interesse por informações especializadas. E neste espaço, temos os consumidores leigos que utilizam sites para buscar informações sobre alguma demanda a respeito de situações que outrora possa ter vivenciado. E nisso surge uma outra questão, se entendermos os sites como sendo uma alternativa acessível para o conhecimento da lei, estes por sua vez deveriam apresentar uma linguagem mais clara e acessível. No entanto, diante desta pesquisa, o que observamos foi o fato de que os textos, por mais que alguns tenham uma linguagem um tanto distante do texto lei, considerada difícil, ainda apresentam pontos e estruturas linguísticas que dificultam o entendimento para o leitor.

4.3 Níveis de especialidade do texto

Embora todos os textos que fazem parte do corpus desta pesquisa sejam notícias, observamos algumas particularidades que os diferenciam. Neste sentido, foi necessário observar os níveis de especialidade desses textos, uma vez que alguns apresentam uma linguagem mais específica e outros uma linguagem mais geral, mesmo exercendo a função comunicativa e estando direcionados para a área do Direito do Consumidor. Enfatizamos que o objetivo nesta subseção é organizar os textos em uma escala de especialidade, com a finalidade única de discutir a pertinência das unidades linguísticas e a estrutura dos textos apresentados ao público leigo.

No processo de construção do *corpus*, buscamos textos de diferentes sites a fim de que pudéssemos ter uma diversidade na composição do *corpus* de pesquisa, considerando também a hipótese na variação dos níveis de leitores que podem recorrer a tais sites. Isso exigiu um olhar para a verificação da proporção de especialidade dos textos, considerando, a princípio, a página da internet em que estão alocados, uma vez que foi a partir dessa observação que notamos que há uma variedade entre os textos. Há, portanto, textos que por suas características entendemos que foram produzidos por especialistas para especialistas e o público interessado. Assim como textos de não especialista para um público não especialista.

Em relação a proporção de especialidade, essa foi uma maneira encontrada para justificar a hipótese de que os textos de notícias, destinados ao público diverso, pode apresentar um teor informativo com maior complexidade para o público não especializado. Partimos da hipótese de que os textos são constituídos de níveis de especialidade e podem ser classificados como mais ou menos especializados, de acordo com a proporcionalidade das informações. Vale ressaltar que os sites se propõem a explicar a lei, mas não prometem que não serão especializados, o que pode contribuir para o seu nível de especialização, a depender da forma como o Código de Defesa do Consumidor (CDC) será abordado.

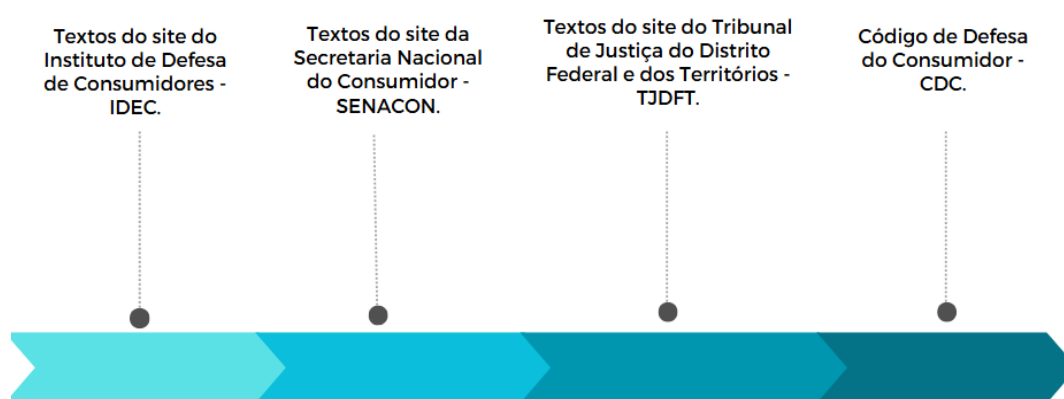
Para nortear essa fase da pesquisa, buscamos apoio nos estudos de Cabré (2002) que trata sobre texto especializado e as unidades de conhecimento. Os textos especializados apresentam ser mais sistemáticos, com uma maior concisão e precisão em comparação aos textos não especializados, já é uma fundamentação consolidada. No entanto, Cabré (2002) argumenta que isso deve ser ponderado considerando para isso as situações discursivas, produção e circulação dos textos especializados. É válido ressaltar que com o surgimento

dessas novas condições comunicativas permitiu a perda do que a autora chama de exclusividade do controle do conhecimento especializado por parte dos especialistas.

Diante disso, consideramos dois critérios para discutir o nível de especialidade dos textos coletados, ou seja, identificar o grau de especialidade. O primeiro critério no sentido *pragmático-discursivo* foi o produtor e destinatário, levamos em consideração quem é o responsável pelo texto, a quem ele é destinado e qual a sua finalidade, enfatizando o objetivo a ser alcançado. E ainda consideramos também o suporte em que os textos são disponibilizados, sendo então uma página de internet e a instituição responsável, sendo este último fator determinante na escala de nível dos textos.

O segundo é *linguístico-textual*, nesse critério elencamos a identificação do gênero, a notícia e suas finalidades. Além dos aspectos textuais, observamos a organização como a linguagem é empregada em cada texto, recursos estilísticos, uso de citações diretas, construções frasais e as escolhas lexicais que podem ser mais ou menos complexas. Quanto à presença proporcional de unidades terminológicas, consideramos a lista de frequência retirada do programa *AntConc* e analisada sob o critério de pertinência pragmática. Nesse sentido, reunindo esses critérios, é possível criar uma escala em que os níveis de especialização se manifestam a partir de diferentes textos, igual ao que Serra (2024b) sugere. A figura 01, a seguir, ilustra essa ideia.

Figura 1: Níveis de especialidade



Fonte: elaboração própria.

Organizamos os textos em direção ao nível mais elevado dos textos especializados, assim, fizemos uma comparação juntamente com o texto do Código de Defesa do Consumidor (CDC), a fim de que pudéssemos compreender o nível altamente especializado. Entendemos que, no nível menos especializado, estão os textos do site do IDEC e SENACON, e no nível

intermediário estão os textos retirados do site do TJDF. Essa análise foi possível, pois identificamos que o CDC é tido como o texto mais especializado por ser uma lei própria da área. Isso permitiu verificar a gradação entre os textos, tendo como referência maior a referida lei.

No site do IDEC, há textos que se constituem de uma linguagem mais simples, mesmo com uma significativa quantidade de termos. Elencamos os textos do IDEC e SENACON como sendo de nível baixo por serem textos escritos por comunicadores não especializados e por suas características linguístico-textuais. Além disso, há o fato de que a página de internet do site do IDEC ser diretamente direcionada ao consumidor, o que faz com que a política do site tenha como objetivo disponibilizar textos de maneira “facilitada” aos seus usuários.

Mesmo determinando os textos da SENACON como de baixo nível de especialidade, observamos que eles se distanciam um pouco dos textos do IDEC. Os textos presentes no site da SENACON são textos que apresentam uma linguagem que vai em direção a textos intermediários, mas ainda sim com uma linguagem instrutiva. A linguagem empregada é concisa, no sentido de que é mais objetiva e direta, própria para comunicados governamentais. Além disso, há o fato de que encontramos uma significativa quantidade de citações diretas de especialistas, o que pode ocasionar uma precisão em relação ao nível de especialidade.

Quanto aos textos retirados do site do TJDF, estes foram classificados como sendo de nível intermediário por apresentarem características mais similares e próximas ao texto altamente especializado. São textos escritos por especialistas para diferentes públicos, incluindo interessados sem conhecimento da área, porém há um viés maior para especialistas.

Assim, selecionamos algumas particularidades que confirmam essa afirmação, como o uso de termos jurídicos fazendo com que o texto se constitua de uma linguagem legal e técnica e uso de citações de leis exigindo do leitor um conhecimento prévio para uma total compreensão. Essas menções mais detalhadas aos textos regulamentares e leis são mais direcionadas a especialistas, advogados e aprendizes que lidam com o campo do direito do consumidor.

Quanto ao direcionamento para não especialistas, analisamos as explicações gerais. Mesmo com o emprego de uma linguagem mais técnica, há também algumas passagens com exemplificações práticas, definições de termos que podem auxiliar na leitura e compreensão dos leitores que não apresentam familiaridade com questões jurídicas. A própria estrutura dos textos também é um fator interessante, visto que em boa parte se organiza por meio de tópicos, fazendo com que a leitura seja um pouco mais dirigida ao público geral. São textos

que servem para informar especialistas e não especialistas, mas que é necessário um certo nível de conhecimento para uma boa interpretação e entendimento das informações.

Esses recursos que envolvem tantos os fatores *pragmáticos-discursivos* quanto os *linguístico-textuais* combinam-se para subsidiar uma análise mais abrangente da especialidade dos textos, permitindo uma melhor compreensão e categorização desses textos coletados. A partir da observação dos aspectos elencados foi possível entender e diferenciar os textos em níveis de especialidade, isso serviu para nortear o entendimento também das funcionalidades exercidas por esses textos em seus suportes de divulgação. Diante desse levantamento, será possível fazermos uma discussão, em aspecto social, desses textos para o público não especializado.

4.4 Critérios de reconhecimento dos termos

Antes de especificar os parâmetros de reconhecimento do léxico selecionado, é válido frisar que esta pesquisa não objetiva apresentar uma precisão das palavras enquanto candidatas a termos da área do Direito do Consumidor. De modo que objetiva, a princípio, tratar sobre a acessibilidade textual e terminológica. Como lembra Finatto e Paraguassu (2021) a acessibilidade textual e terminológica trata do pleno funcionamento do texto, de modo que se possa retirar ou refazer um texto que contenha elementos que possam inviabilizar a sua leitura.

Essa ressalva é para destacar que o CDC é uma lei que se relaciona a outras áreas do Direito, como civil, penal, administrativo e processual (Miragem, 2024). Em nossa análise, observamos que as unidades linguísticas coletadas presentes nos textos tratam de assuntos do Direito do Consumidor, mas em dicionários jurídicos estão enquadradas no campo do Direito Civil, conforme mostraremos mais abaixo. No entanto, entendemos que para trabalhar com uma área específica é necessário conhecer conceitos que lhes são próprios dentro de um contexto. Com isso, foi preciso se atentar a certos elementos linguísticos e pragmáticos dentro do *corpus*, com a finalidade de identificar palavras ou expressões que expressam informações específicas do campo do Direito. Em se tratando do Direito do Consumidor, são unidades linguísticas que, dentro dos textos, apresentam uma pertinência temática por tratar de assuntos da área em questão.

4.4.1 Critério da frequência

Apresentamos uma amostra de termos relacionados ao discurso especializado do campo de Defesa do Consumidor (DC), que são empregados em notícias sobre a relação de consumo. Após a escolha e montagem do corpus, os textos foram transformados em arquivo formato *txt* e processados no pacote de programas *AntConc 3.5.3w*, através das ferramentas *wordlist* e *concordance*, para verificar e coletar os termos de maior frequência. O programa AntConc é um pacote de programa de processamentos de textos digitais. O pacote é um software livre que realiza o processamento lexicométrico de textos digitais.

O uso da ferramenta foi preciso para viabilizar o reconhecimento das unidades linguísticas, já que apresenta um pacote de ferramentas operacional tecnológico que auxiliou a identificar os candidatos a termos que aparecem nos textos coletados. A ferramenta *word*, por exemplo, foi uma ferramenta importante para análise de corpus, visto que ajuda a identificar os padrões e frequência das unidades nos textos, o que facilita no reconhecimento terminológico.

Esse foi um processo necessário para o desenvolvimento da pesquisa, uma vez que, por meio do software, foi possível otimizar o tempo com uma busca mais direta. Isso porque com a quantidade de textos coletados, sendo um total de 227, demandaria muito tempo para uma leitura clara e eficaz no processo de busca dos possíveis candidatos a termos. Com o uso dessa ferramenta, a partir de um tempo dedicado ao processamento dos textos, o reconhecimento das unidades linguísticas foi mais direcionado. Conforme mostrado na metodologia, seguimos alguns passos com o uso da ferramenta para chegar aos dados exemplificados abaixo.

Quadro 2: Termos e frequência

Ordem	Termos	Frequência
1	Consumidor	1297
2	Serviço	223
3	Produto	194
4	Fornecedor	108
5	Danos morais	58
6	Publicidade	39

7	Prática abusiva	30
8	Venda casada	29
9	Direito ao mínimo existencial	28
10	Relação de consumo	28
11	Danos materiais	27
12	Defeito	26
13	Direitos básicos	15
14	Cobrança indevida	9
15	Direito à informação	9
16	Direito à correção monetária	8
17	Direito repetição do indébito	8
18	Publicidade enganosa	8
19	Direito a rescisão do contrato	8
20	Direito da personalidade	7
21	Consumidor final	7
22	Consumidor por equiparação	6
23	Direito a prevenção do/ao superendividamento	5
24	Responsabilidade civil	5
25	Conduta ilícita	5
26	Cobrança abusiva	5
	Culpa exclusiva do consumidor	5
27	Direito à proteção	4
28	Direito à repactuação de dívidas	4
29	Direito à repactuação de dívidas	4
30	Responsabilidade solidária	4
31	Cobrança vexatória	4
32	Conduta abusiva	3

33	Cobrança excessiva	3
34	Responsabilidade objetiva	3
	Vulnerabilidade do consumidor	3
35	Danos individuais	2
36	Direito ao arrependimento	2
37	Publicidade abusiva	2
38	Publicidade cifrada	2
39	Fato do produto	2
40	Direito à inversão do ônus	1
41	Direito à inversão do ônus	1

Fonte: elaboração própria (2024)

O quadro acima é uma representação quantitativa dos termos identificados por meio do programa AntConc 3.5.3w, ao lado direito são acrescentadas as frequências com que de cada uma das unidades aparecem nos textos. O quadro foi organizado conforme a ordem de ocorrência dos termos, ou seja, da maior para a menor frequência de aparecimento. Pretendemos com isso, apresentar um panorama geral da frequência com que os termos se evidenciam.

O programa permite uma coleta de dados maior e mais rápida, no entanto é preciso a intervenção humana para a análise mais profunda e validação desses dados. É válido ressaltar que a ferramenta não permite um olhar para outros aspectos da definição de termos, como os aspectos pragmáticos, para identificar se as unidades têm ou não caráter especializado. Dessa forma, reconhecer a organização linguística dos textos especializados, suas estruturas gramaticais, por meio de aspectos temáticos e pragmáticos são fatores que também contribuem para atribuir valor especializado ao léxico que desempenha, no âmbito comunicacional, a função de transmitir informações de uma determinada área de domínio.

4.4.2 Critério da pertinência

Para discutir as abordagens propostas, nos fundamentos também nos estudos Maciel (2001) que aponta critérios para validação ou rejeição de unidades linguísticas do Direito Ambiental. Trazendo uma perspectiva dos estudos de Cabré (1994; 199) a respeito de textos

comuns e textos especializados por meio de elementos linguísticos e pragmáticos, Maciel (2001) se atém dessas abordagens para traçar os dois parâmetros de reconhecimento das unidades terminológicas: o parâmetro da pertinência temática e da pertinência pragmática.

Para a autora, a pertinência temática equivale à propriedade de um termo pertencer estritamente a uma terminologia, por representar um conceito do seu campo de domínio. Em relação ao Direito do Consumidor, temos como exemplo o termo *consumidor*, *consumidor final* e *fornecedor*. Esses são exemplos de termos próprios da área, os quais não apresentam razões para questionar sua validação dentro do espaço de domínio. São termos que mesmo fora de seu contexto não deixam de remeter ao âmbito jurídico. O que não ocorre, por exemplo, com a palavra *produto*, que embora se destaque no Direito do Consumidor, é um termo que ganha determinações jurídicas em diferentes âmbitos da grande área do Direito (Diniz, 2022).

Quanto ao parâmetro da pertinência pragmática, esse por vez compreende o termo como sendo um elemento que pode ser usado em contextos distintos. Um termo, por exemplo, que pode ser usado no Direito Civil e pode ser adaptado para o Direito do Consumidor, como um termo que serve para os dois campos.

Dessa forma, podemos citar o termo *Responsabilidade civil* que, no dicionário de Diniz (2022), é posto como uma unidade própria do âmbito civil usado para designar a obrigação de alguém reparar danos morais e/ou patrimoniais causados a terceiro. Dessa mesma forma, há também o termo *Responsabilidade objetiva*, que qualifica a responsabilização, independentemente se há ou não culpa ou negligência (Diniz, 2022). São termos próprios de uma área, mas que encontramos nos textos voltados para o consumidor com a mesma finalidade.

Como já descrito neste trabalho, o Direito do Consumidor é uma área que não é isolada, mas que se alinha a outros campos do Direito. Diante disso, há unidades lexicais que aparecem em duas ou mais áreas. E isso faz com que consideremos outros critérios de reconhecimento dos termos, uma vez que o critério de frequência, no caso desta pesquisa, não responde com precisão a demanda e o impacto da análise. Por isso, utilizamos como critério também o parâmetro de pertinência pragmática pautado nos estudos de Maciel (2001).

Esse parâmetro permite olhar para as unidades terminológicas da área do Direito do Consumidor, que é considerada área transversal a outras áreas. Sendo assim, na comunicação dos textos institucionais, observamos aspectos que demonstram a especificidade dos termos que remetem ao campo temático, como os elementos semânticos, cognitivos, textuais e também pragmáticos. Como elementos pragmáticos, consideramos o conteúdo, o emissor e

destinatário, e a relação que um termo faz com outros elementos linguísticos. É o que Maciel (2001, p. 150) denomina de implicações pragmáticas “que ligam o termo à estrutura deôntica da área, isto é, ao quadro organizado de direitos, deveres e obrigações estabelecidas pela lei”, são fatores que contribuem para o reconhecimento das unidades como sendo próprio dessa organização social denominada lei.

Para consolidar as unidades coletadas, recorreremos também aos dicionários jurídicos, com a finalidade de buscar uma precisão e clareza através das definições. Utilizar o dicionário da área auxilia na compreensão dos termos e sua função dentro do contexto, evitando que haja interpretações equivocadas que comprometam a análise e conhecimento das informações. Além dos dicionários jurídicos, usamos também os dicionários de Língua Portuguesa de Antônio Luiz Sacconi (2001) para auxiliar na compreensão de algumas palavras. Isso deu-se em virtude de algumas unidades linguísticas verificadas nos dicionários jurídicos aparecerem nos textos do *corpus* de análise acompanhadas de um elemento qualificador.

A exemplo disso podemos citar o termo *Cobrança*, que, no dicionário de Diniz (2022, p. 117 - grifos originais), é designado “na *linguagem jurídica em geral*, ato de exigir, judicial ou extrajudicialmente, não só o pagamento de uma dívida ou de um tributo, mas também a restituição de uma coisa devida.” No entanto, como mostrado anteriormente, o termo aparece da seguinte forma: *cobrança abusiva*, *cobrança excessiva*, *cobrança indevida* e *cobrança vexatória*. Entendemos nesta pesquisa que essas unidades linguísticas são fundamentais no processo comunicacional na área do Direito do Consumidor, pois a partir da análise verificamos que veiculam informações específicas do campo de domínio. No entanto, da forma como aparecem, não encontramos seus conceitos nos dicionários jurídicos utilizados. Para chegar à conclusão da pertinência desses termos, utilizamos além do dicionário de Língua Portuguesa, o texto da lei nº 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor, o site do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDF, bem como a validação de um advogado especialista que certificou os dados apresentados¹⁰.

4.5 Termos jurídicos

Após processar os textos no programa, partimos para a observação do nível de frequência das unidades linguísticas. Observou-se, com grande frequência, a presença de

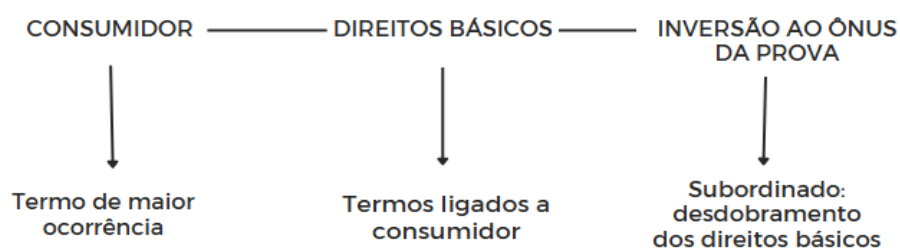
¹⁰ Pedro Igor Saraiva Alves - OAB/MA 24.623

Especialista em Direito Público; Professor formador do Instituto de Ciências e Tecnologia do Maranhão (IEMA/IP BACABAL).

termos como *consumidor*, *serviço*, *produto*, *direitos* e *fornecedor*. A partir dessas unidades conseguimos ir em busca de outras, pois percebemos que essas unidades desencadeiam *subitens lexicais* que denotam conceitos gerais e específicos importantes na área.

Como mencionado anteriormente, a partir da observação do funcionamento dos termos, entendemos a estrutura conceitual como um amplo e vasto campo conceitual, em que os termos estão associados a partir de relações partitivas e hierárquicas. Identificamos, por exemplo, que o termo *direitos básicos*, embora comporte um campo maior em relação a termos como *inversão ao ônus da prova*, está diretamente relacionado ao termo consumidor. Assim, para sintetizar o mencionado, observemos graficamente as ideias propostas:

Figura 2: Representação do comportamento das unidades léxicas.



Fonte: elaboração própria.

Como forma de apresentar uma visão geral e detalhada dos termos coletados, optamos por produzir um mapa conceitual com a finalidade de apresentar os termos e a relação que estabelecem entre si. A construção dessa estrutura foi realizada na plataforma de design gráfico - Canva, a partir de um modelo já disponibilizado no site fomos modificando e adaptando de acordo com a ideia apresentada acima, a relação exercida entre um termo e outro. A escolha dos termos apresentados no mapa conceitual foi feita a partir da leitura do Código de Defesa do Consumidor (CDC), pois, ao identificarmos as unidades linguísticas que mais se destacaram nos textos, buscamos identificá-las no texto da lei, de modo a verificar a referência que esses fazem um em relação ao outro.

Os dados coletados são frutos de uma observação e análise sobre o emprego dos termos em textos de notícias ao grande público, dos quais trazem informações relacionadas aos direitos básicos do consumidor e, de uma maneira mais geral, pretendem informar fatos vinculados à relação e aos conflitos de consumo. Assim, após analisar os termos encontrados nos textos bases, objetivamos construir um mapa conceitual visando proporcionar uma visão ampla dessas unidades linguísticas e como elas se relacionam entre si. A escolha por essa

ferramenta foi pensada para permitir um olhar mais direcionado para cada termo e suas ramificações.

Cabe ainda ressaltar que a elaboração do mapa conceitual considerou os objetivos dessa pesquisa e do modo como os termos foram se apresentando no texto, sendo proveniente de uma visão científica específica. Sendo assim, não se trata de uma produção estanque, mas consideramos que pode ser alterada de diferentes maneiras, o que vai depender do planejamento, direcionamento e dos objetivos de cada pesquisa.

Diante disso, primando pela relação da Terminologia com as estruturas conceituais, trazemos o que pontua Ciapuscio (1998) de que os termos apresentam uma natureza linguística e comunicativa, exigindo explicação e análise descritiva dentro dos textos. Nessa direção, a autora afirma ainda que os termos, enquanto unidades linguísticas, manifestam mudanças na perspectiva de análise, variação e escolhas dirigidas a propósitos específicos, devendo levar em consideração domínios como o sociocomunicativo, o que entendemos como uma forma de conhecer a língua de investigação. O que nos permitiu integrar os termos a partir do aspecto funcional e a relação que estabelecem entre si em seus contextos de uso. Para isso foi preciso também recorrer a lei de número 8.078/1990, o Código de Defesa do Consumidor (CDC), para identificar a terminologia e como estas aparecem nos textos coletados, bem como recorremos ao Dicionário Jurídico de Luz (2022) e de Sidou (2016) para buscar definições conceituais.

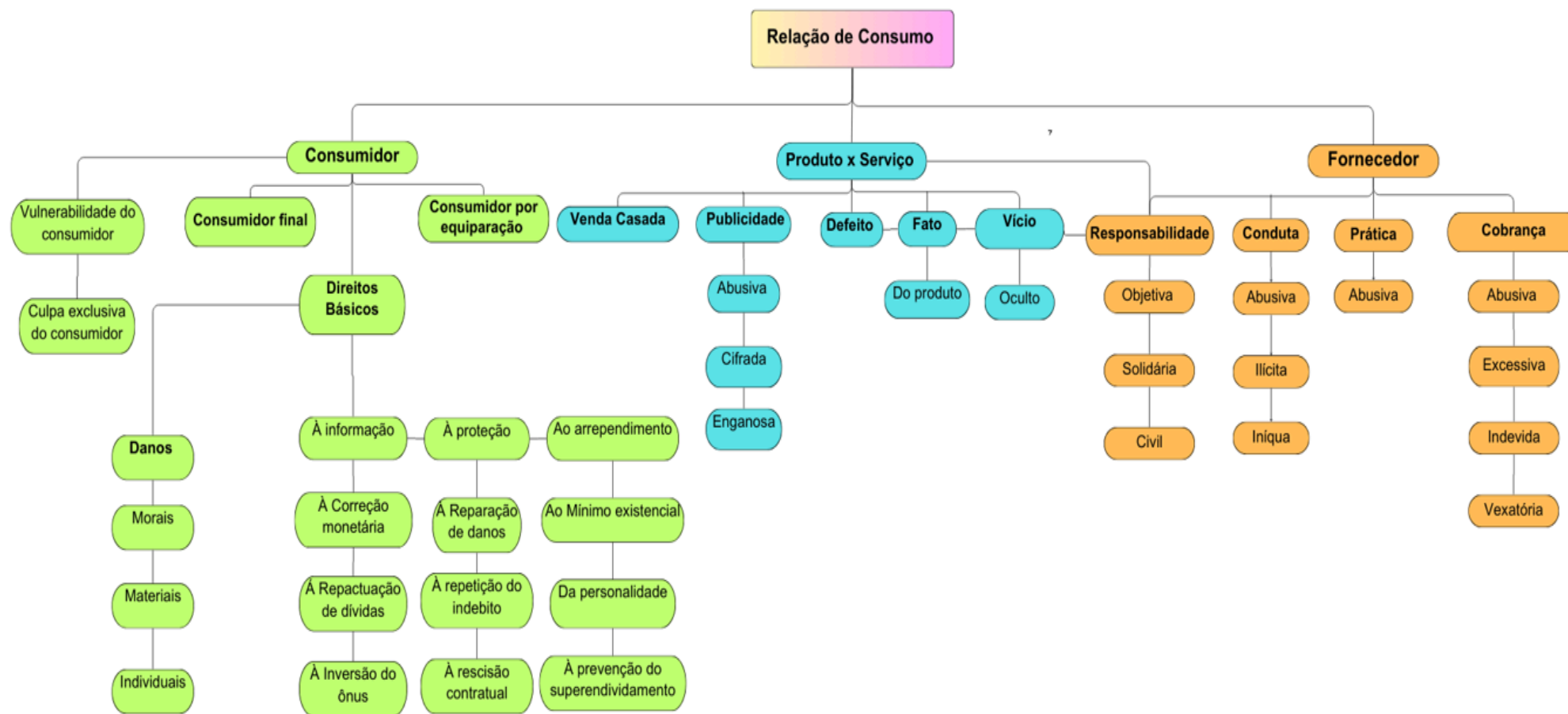
A construção de um mapa se deu a partir de uma visão lógica, a fim de apresentarmos uma estrutura que pudesse compreender a relação e a importância do termo dentro do discurso dessa área. Para isso, consideramos alguns critérios, como as relações lógicas parte-todo, hiperônimos e hipônimos, sinônimos e homônimos entre outras relações lógico-semânticas. Essas relações foram sendo atestadas a partir do material de apoio (o corpus) e nos contextos em que aparecem nos textos analisados, visto que muitas dessas relações são apresentadas a partir de contextos explicativos, uso de pontuações e recursos gráficos, como parênteses, aspas etc. A função do mapa é também apresentar as terminologias encontradas nas notícias que foram selecionadas como corpus deste trabalho.

Krieger (2010) pontua que as terminologias empregadas em uma determinada área não são algo estanque e imutável. Não são usadas somente para expressar a produção de um determinado conhecimento técnico e científico, mas podem ser utilizadas para ações práticas que estejam voltadas para diferentes usuários. Nesse sentido, uma abordagem desse nível é necessária, em especial, quando são informações advindas de órgãos públicos do país que devem exercer sua funcionalidade ao público-alvo. Ao nosso ver, com base na autora, as

terminologias podem ser adaptadas diante das necessidades práticas para atender aos usuários, o que as tornam importantes no contexto de informação dos veículos de comunicação midiática.

No caso do DC, como mostrado anteriormente, algumas unidades linguísticas, além de apresentar o conhecimento científico da área, também privilegiam a função de exercer interações comunicativas bem-sucedidas com diferentes públicos interessados pela ciência e pelos saberes especializados.

Figura 3: Proposta de mapa conceitual referente aos termos do Direito do Consumidor.



Fonte: elaboração própria (2024).

Em nossa investigação dos dados, observamos algumas manifestações linguísticas, ou seja, a forma como as unidades terminológicas aparecem nos textos. Optamos por colocar no topo de forma hierárquica o termo *Relação de consumo*, que foi usado para marcar exatamente a dinâmica exercida entre todas as unidades linguísticas, mostrando ainda que todos os termos que configuram o mapa conceitual se dão por um conflito de consumo. Esse conflito é, portanto, todo o processo que se estabelece entre os envolvidos na relação de consumo. Por isso, optamos por adicioná-lo ao centro do mapa, a fim de que pudéssemos mostrar a ligação que se estabelece com os demais termos. Por fim, o mapa se organiza em três grandes colunas marcadas por termos em destaque no âmbito Direito do Consumidor, são eles *consumidor*, *produto-serviço* e *fornecedor* e seus respectivos termos relacionados.

Para demonstrar como se deu a organização do mapa conceitual, fizemos alguns recortes de cada uma das três colunas. Vejamos de início, o recorte 1 que traz os termos diretamente relacionados ao termo *consumidor*. Como a lei do consumidor não faz distinção dos direitos destinados aos tipos de consumidores, determinamos que o mapa conceitual seria disposto da seguinte forma, apresentando os tipos de consumidores nas duas extremidades da coluna verde.

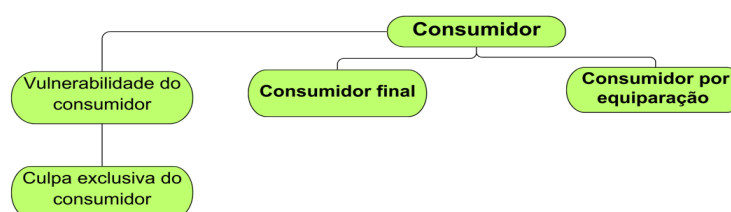
Figura 4: Recorte 1 do mapa conceitual.



Fonte: elaboração própria (2024).

Na coluna 1, o termo *consumidor* é o que aparece mais vezes, conforme mostramos no quadro 2, subtópico 6.4.1, sua frequência é de 1297. Ligados a ele estão, mesmo que em frequência bem menor, os qualificadores *finais* e *por equiparação (bystander)*¹¹, os quais designam duas categorias ou dois tipos de consumidores nesse universo discursivo. Sendo assim, optamos por apresentá-los nessa ordem, uma vez que as especificações ao longo do mapa se constituem enquanto elementos interligados a esses conceitos. À esquerda temos também dois outros termos voltados para o consumidor, são, portanto, *vulnerabilidade do consumidor*, que trata também de um princípio fundamental nas relações de consumo. Logo abaixo, temos ainda o termo *culpa exclusiva do consumidor*, descrito como uma condição da pessoa que adquire uma bem, conforme ilustramos na figura abaixo.

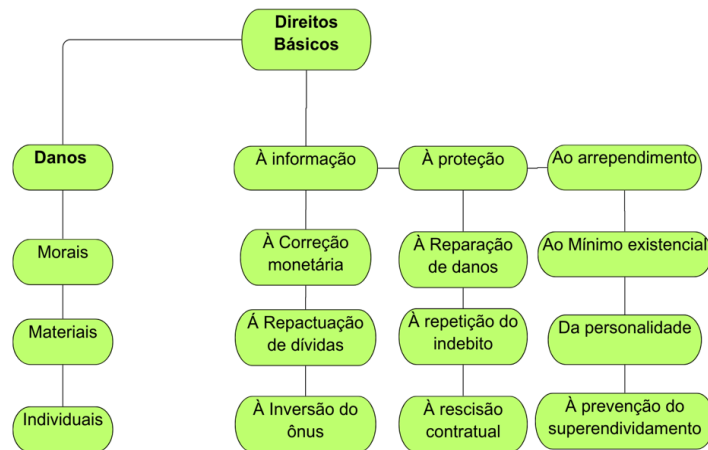
Figura 5: Recorte 2 do mapa conceitual.



Fonte: elaboração própria (2024).

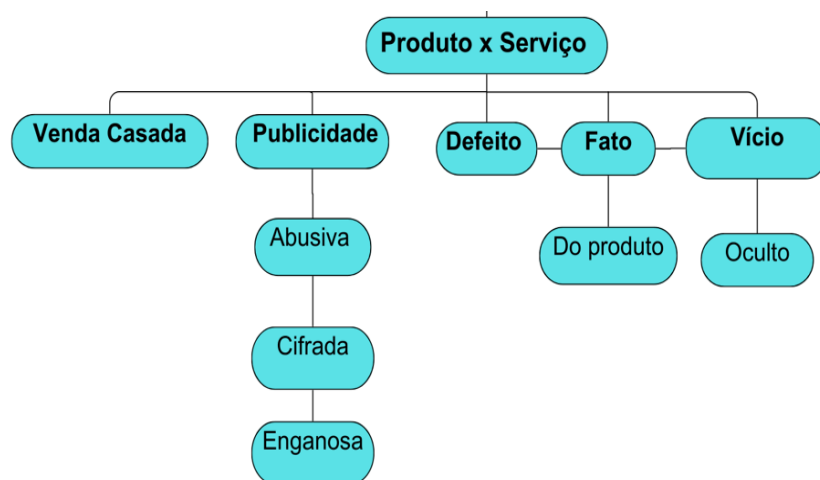
O termo *direitos* que está diretamente ligado ao termo *consumidor* apresenta uma relação de hiperonímia em relação aos termos correspondentes. Feito isso, elencamos os tipos de direitos que foram aparecendo nas notícias e relacionando-os com o artigo 6º do CDC que traz os direitos básicos do consumidor. Abaixo e ligados ao termo *direitos*, temos os desdobramentos dos direitos, temos assim, os tipos de direitos exercidos pelos consumidores, tais como: *direito à informação, à proteção e ao arrependimento*. À esquerda do termo *direitos*, adicionamos os direitos de indenização por *danos morais, materiais e individuais* que podem ocorrer devido ao não cumprimento das determinações do CDC, como podemos observar na imagem abaixo.

¹¹ “Consumidor por equiparação, também chamado *bystander*, é aquele que, na hipótese de acidente de consumo, não participa diretamente da relação, mas sofre os efeitos do evento danoso, tudo na forma do artigo 17 do CDC.” (TJDFT, 2024)

Figura 6: Recorte 3 do mapa conceitual.

Fonte: elaboração própria (2024).

A coluna 2, no centro do mapa conceitual, destacada em azul, colocamos os dois termos que também aparecem com mais frequência que são *produto* e *serviço*. Na relação de consumo, o par *produto* - *serviço* são elementos constituintes do desempenho do exercício de compra e venda. Seguindo o mesmo processo de organização da primeira coluna, fomos adicionando os termos que nos textos se manifestam em relação a eles. E assim, temos *venda casada*, *publicidade* e os tipos de publicidade: *abusiva*, *cifrada* e *enganosa*. Conforme vemos na figura abaixo.

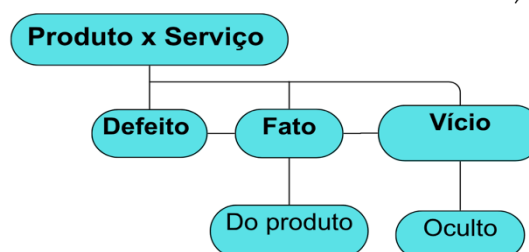
Figura 7: Recorte 4 do mapa conceitual.

Fonte: elaboração própria (2024).

Cabe fazermos uma observação quanto ao termo *publicidade cifrada*, posto que não encontramos um conceito nos dicionários jurídicos consultados e nem no texto do Código de Defesa do Consumidor (CDC). No entanto, observamos que foi utilizado como uma forma de evidenciar um tipo de publicidade codificada, ou seja, que não apresenta informações claras ao consumidor. Ao utilizarmos o critério de frequência, vemos que a unidade linguística aparece duas vezes, e nos textos institucionais é apresentada ligada diretamente a fala de um especialista que enfatiza sobre as práticas de publicidade. Dessa forma, é válido ressaltar que o Direito é uma área dinâmica que evolui à medida que a sociedade muda, neste viés, entendemos que esse pode ser um termo novo no Direito do Consumidor (DC).

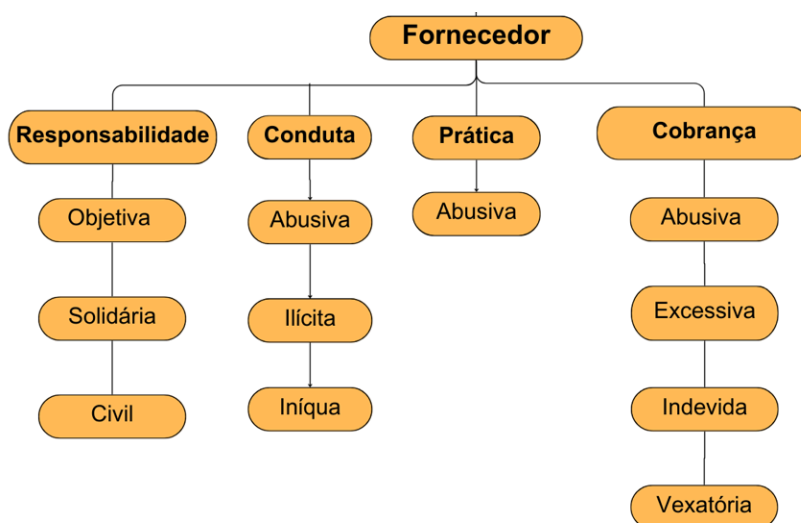
Além desses, há também o termo *defeito* e o termo *fato*, que designam uma ação que pode ocorrer no *produto*, e em seguida temos o termo *vício oculto*. É necessária uma atenção para os dois últimos termos. O *fato* é tratado no CDC como uma ocorrência tanto no *produto* quanto no *serviço*, como uma espécie de dano, um acidente de consumo. No entanto, apresentamos apenas o termo *fato do produto*, pois foi somente este que apareceu nos textos de análise. Assim como o termo *vício* que se desdobra em dois outros tipos, *vício aparente* e *vício oculto*, mas somente este último foi identificado no *corpus* da pesquisa.

Figura 8: Recorte 5 do mapa conceitual.



Fonte: elaboração própria (2024).

Por fim, há a coluna 3 à direita do mapa, temos no topo o termo de maior frequência *fornecedor*. Isso pode ser observado na imagem abaixo, que traz a organização da relação dos termos ligados ao termo *fornecedor*.

Figura 9: Recorte 6 do mapa conceitual.

Fonte: elaboração própria (2024).

Logo abaixo do termo *fornecedor*, aparecem os termos que estão diretamente relacionados com a eles, são termos que conceituam ações exercidas pelo fornecedor na relação de consumo. Essas unidades terminológicas denominam as qualidades dos procedimentos que ocorrem no processo de aquisição de bens e serviços e na violação dos direitos do consumidor. Como, por exemplo, os tipos de *responsabilidade* por ele praticadas, bem como seu tipo de *conduta* e *prática* com os consumidores. Há também o termo que, nessa relação compete ao fornecedor, que é a *cobrança*. O termo cobrança é acompanhado por denominações, como *abusiva*, *excessiva*, *indevida* e *vexatória*, que aparecem qualificando os tipos de cobranças, demonstrando uma relação de hiperonímia e hiponímia entre esses termos.

Essa organização dos termos só foi possível a partir de uma análise detalhada do comportamento das unidades linguísticas dentro dos textos. Conforme mencionamos no início deste capítulo, o critério de frequência deu suporte para direcionarmos um olhar mais preciso em relação aos termos. Só assim conseguimos chegar a esse resultado, que entendemos ser um fator determinante para a discussão da função dessas unidades nos textos institucionais.

4.6 Procedimentos de análise

Neste tópico, pretendemos trazer um direcionamento explicativo dos procedimentos de análise a serem usados nesta pesquisa. A abordagem que tomamos é pragmática, partindo de nossa perspectiva de observação a partir dos dados levantados. Dessa forma, o objetivo é

analisar, descritivamente, os termos e seu comportamento nos textos institucionais, discutindo o processo de acessibilidade desses textos, pois consideramos a hipótese de que a presença dos termos pode gerar dificuldades leitoras. Por isso, essa discussão requer um olhar linguístico-discursivo e pragmático por meio de uma prática que permita ao estudioso olhar diferentes questões que dificultam a compreensão de leitores não especializados.

Antes de partirmos para a análise, fizemos um levantamento dos termos a serem analisados, a fim de fornecer uma amostra para esta pesquisa. A escolha pelos termos tomou como base a organização apresentada no mapa conceitual no tópico 6.6 *Termos jurídicos*, em que selecionamos os termos hierárquicos de cada coluna, sendo *consumidor*, *produto-serviço* e o termo *fornecedor*. A escolha é pelo fato de serem termos que aparecem muitas vezes, e também porque são elementos importantes na relação de consumo.

Em cada uma das colunas, escolhemos mais dois termos para análise. Considerando a pertinência de alguns termos que necessitam de uma atenção neste trabalho. Na coluna verde do mapa, elencamos as unidades *consumidor final* e *consumidor por equiparação*. Utilizando como critério a frequência, na coluna em azul, a escolha foi para os termos *venda casada* e *publicidade enganosa*, enquanto na coluna laranja foram os termos *prática abusiva* e *responsabilidade civil*. Esses são os termos que mais aparecem nos textos de cada uma das colunas.

Após a seleção, partimos para a análise dessas unidades, pois as palavras em contexto são mais claras, mais direcionadas para a intenção do produtor. Em nossa análise, optamos por apresentar definições explicativas dos termos a serem analisados, usando como recurso o texto da lei, dicionários e cursos do Direito do Consumidor.

Isso porque entendemos que os textos sobre o direito do consumidor apresentam informações que foram processadas pelos escritores e depois foram publicados nos sites para o grande público. Neste viés, analisamos a partir do entendimento da acessibilidade terminológica (Finatto; Motta, 2018), uma vez que nos permite olhar para as dificuldades geradas pela presença de um termo jurídico, como, por exemplo, a falta de uma explicação desse termo no contexto comunicacional. Além disso, há a acessibilidade textual (Finatto; Motta, 2018) que permite olhar para o todo do texto, analisar a organização das ideias, a estrutura textual e o modo como as informações que tratam sobre a temática do Direito do Consumidor estão sendo repassadas ao leitor não especializado.

5 ACESSIBILIDADE TEXTUAL E TERMINOLÓGICA NO TEXTO INSTITUCIONAL: O UNIVERSO DO DIREITO DO CONSUMIDOR

Este capítulo é dedicado à análise dos textos institucionais. Neste passo da pesquisa, ainda utilizando o programa *AntConc*, retiramos os trechos em que os termos aparecem, a fim de que possamos mostrar a presença de termos do Direito do Consumidor nos textos disponibilizados nos sites institucionais. Após a coleta, organizamos os trechos usando uma tabela e grifando os termos presentes. A escolha pelos trechos foi feita tendo como critério a presença dos termos, bem como outras unidades léxicas que entendemos que possam comprometer a leitura.

Inicialmente, trazemos o tópico 5.1 sobre *A divulgação do direito do consumidor* em que discutimos a pertinência desse processo, uma forma de disseminação do conhecimento científico para o público em geral, fora do espaço acadêmico-científico.

No tópico 5.2 *A presença de termos jurídicos em textos institucionais*, apresentamos uma análise da estrutura e organização textual por meio da discussão das unidades linguísticas. Nos tópicos seguintes, as análises foram feitas considerando a organização do mapa conceitual apresentado no capítulo 4. Conforme descrito na metodologia. A discussão desses tópicos será feita a partir dos termos que estão no topo de cada coluna, pelo critério de pertinência, seguido de mais dois termos de maior ocorrência presentes em cada coluna

A análise toma como ponto de partida cada um desses termos. Por isso, antes das discussões, apresentamos definições e discussões conceituais de cada termo. O tópico 5.3 vai tratar sobre *Consumidor, consumidor final e consumidor por equiparação*; no tópico 5.4 é sobre as discussões em torno dos termos *Produto e serviço*; seguido do tópico 5.4.1 *Venda casada*, bem como o 5.4.2 sobre *Publicidade enganosa*. O tópico 5.5 vai abordar sobre o termo *fornecedor*, enquanto seus subtópicos serão 5.5.1 *Prática abusiva* e 5.5.2 sobre *Responsabilidade civil*.

5.1 A divulgação do direito do consumidor

Neste subtópico, trazemos para fundamentação de análise as abordagens a respeito do processo de disseminação do conhecimento científico, as quais são a comunicação e a divulgação científica, explicadas por suas características no processo comunicacional. Trazer esse debate se faz necessário, uma vez que estamos trabalhando com textos produzidos a partir de fontes e textos científicos para um público diverso.

Diante disso, temos visto discussões que envolvem a denominação de divulgação científica e quais elementos são abarcados por essa definição. Em trabalho sobre divulgação científica, observa-se que essa expressão fundamenta, atualmente, a ideia de difusão da ciência para o público leigo no assunto tratado (Massola et. al., 2015). Dessa forma, os textos devem ser escritos de maneira simples, de modo que o emprego de palavras consideradas complexas seja evitado, além da maneira como os períodos são dispostos, priorizando a forma direta e não muito longa. Esses são alguns exemplos que podemos levar em consideração para a produção de textos científicos para o grande público, a fim de que a leitura não seja uma decodificação das terminologias. Isso contribui para que o texto não seja lido apenas por especialistas, mas por todos os interessados.

Em contrapartida, Valério e Pinheiro (2008, p. 3), ao apresentar o conhecimento científico, traz a necessidade de diferenciar dois conceitos básicos que precisam ser esclarecidos, sendo estes a comunicação e a divulgação científica. Assim, para os autores, a comunicação científica é “a forma de estabelecer o diálogo com o público da comunidade científica – comunicação entre os pares”. A comunicação científica desenvolve-se, primeiramente, pela pesquisa dirigindo-se para os resultados ligados ao conhecimento científico, em que a informação anda lado a lado da pesquisa. Quanto à definição de divulgação científica, esse termo faz referência à ação que “visa à comunicação para o público diversificado, fora da comunidade científica”, por meio de recursos e estratégias técnicas para repassar a informação científica ao público leigo.

Ao apresentar o conhecimento científico, Bueno (2010) também traz a necessidade de esclarecer esses conceitos. O autor afirma que ainda ocorrem dúvidas quanto à diferença existente entre esses conceitos, posto que se destinam à disseminação de dados da ciência, tecnologia e inovação (CT&I). Para isso, o autor nos diz que a diferença beira alguns elementos específicos como o tipo de público e o nível do discurso, os canais de propagação e a divergência de intenções. Para sintetizar nossa abordagem, trazemos as ideias apresentadas pelo autor, relacionando-as ao nosso *corpus* de pesquisa.

A comunicação científica se constitui a partir da ideia de um público que compartilha de particularidades científicas, mais centrada no desenvolvimento de um trabalho que se constrói ao longo do tempo e que deve ser relevante para o meio acadêmico, sendo, portanto, validada pelos critérios avaliativos que regem a produção científica, além de ser avaliada por uma análise empírica. Já a divulgação científica se volta, como vimos, para um público mais disperso em que concentra toda uma sociedade, não se limitando aos especialistas de interesse do assunto, e sim a todo público em geral.

Quanto aos níveis do discurso, para a comunidade científica, há grande presença do uso de termos técnicos, uma vez que a linguagem empregada faz parte do público que compartilha das mesmas dinâmicas comunicativas. Neste sentido, é comum vermos que o público-alvo está centrado em lugares específicos, compartilham de estratégias e diálogos próprios da área de especialidade. Já a divulgação científica problematiza o uso de terminologias de uma dada área sem um esclarecimento do conceito e da função de termos nos textos destinados ao público leigo.

Há ainda os aspectos ligados à natureza dos canais. Na divulgação científica, as informações são repassadas pela imprensa, pelos meios de comunicação em massa de forma que chegue ao público leigo por meio de diferentes recursos informativos. De um modo mais restrito, temos a comunicação científica que é destinada a um número menor de participantes. Para citar exemplos, essa comunicação ocorre em eventos, como simpósios e palestras de caráter científico.

Por último, temos o que Bueno (2010) denomina de divergência de intenções entre divulgação e comunicação científica. Na divulgação, a disseminação das informações cumpre a função primária de democratização do acesso ao conhecimento científico, primando pela alfabetização científica dos cidadãos aproximando-os de assuntos técnicos e científicos. Já a comunicação científica é voltada para a transmissão de informações entre membros que dialogam sobre as mesmas demandas das áreas especializadas.

Nessa ocasião, podemos inferir que os textos que fazem parte do *corpus* desta pesquisa apresentam uma entre duas peculiaridades descritas por Bueno (2010). O site do IDEC comporta textos que podemos qualificar como de caráter de divulgação científica, pois, como vimos no capítulo 6 sobre o desenvolvimento da pesquisa, ao analisar os níveis de especialidade, os textos do IDEC apresentam uma linguagem mais direcionada ao público diverso e não há grande presença de termos jurídicos. O que faz com que a intenção comunicativa seja destinada à democratização da ciência.

O site do IDEC se difere, por exemplo, do site do TJDFT que apresenta características mais voltadas para o aspecto comunicativo da ciência. É um site que contém textos com maior presença de termos, embora tenhamos visto que há uma breve adaptação da linguagem jurídica, os textos parecem ser mais direcionados aos especialistas da área do Direito. Já a SENACON é um site que podemos considerar como híbrido, por relacionar aspectos tanto descritos na divulgação quanto na comunicação científica. Embora a linguagem empregada apresente termos, fala de especialistas, a comunicação é direcionada a toda sociedade.

Diante das informações apresentadas e das comparações analíticas com o *corpus* desta pesquisa, entendemos que os textos, embora apresentem divergências quanto a uma única categorização, em relação às ideias apresentadas, adotaremos o termo divulgação científica. Posto que a maior parte dos textos estão vinculados ao processo de popularização das informações, isso pode ser explicado pelo fato de que eles são produzidos por especialistas ou mesmo autores¹² que em algum momento tiveram que abstrair as informações, reescrever e repassar aos mais diferentes leitores. Exercendo o papel de transferir para o público os dados levantados por pesquisadores, são esses autores que precisam se ater a leituras e articulações que viabilizem o desenvolvimento da atividade de escrita e organização do conhecimento científico.

Na relação entre produtores, pesquisadores e instituições de pesquisa, é perceptível a necessidade de entendimento entre as partes. Isso porque, ao receber os dados, os produtores precisam compreender e ponderar as informações, além disso, é preciso explicá-las para serem repassadas ao público fora do âmbito acadêmico que dialoga com as mesmas fontes. Ao exercer sua tarefa de divulgação nos meios de comunicação, de modo a alcançar a todos, compreendemos que as informações devem ser repassadas à comunidade de forma clara e acessível, considerando para isso as mais diversas formas de divulgação.

5.2 A presença de termos jurídicos em textos institucionais

Neste tópico, apresentamos a estrutura dos textos que fazem parte do *corpus* deste trabalho. Para ilustrar as ideias que defendemos nesta pesquisa, selecionamos alguns trechos para retratar, inicialmente, a abordagem que tomamos ao longo da análise. O que justifica o fato de trabalhar com o Direito do Consumidor, que embora seja uma área muito voltada a toda sociedade, é um campo em que os termos são pouco acessíveis.

Nos trechos abaixo, retirados de 6 textos, marcamos os termos que aparecem no mapa conceitual presente no capítulo 6, bem como denominações que remetem aos conceitos que foram apresentados. Nos textos, são noticiadas questões que estão relacionadas ao Direito do Consumidor. Essas informações, conforme descrição dos próprios sites, são destinadas a todo cidadão. Portanto, devem ser mostradas de forma clara e com uma linguagem acessível, porém o que notamos foi que é comum constarem termos específicos do Direito sem explicações que auxiliem na leitura. Isso pode ocasionar, de alguma forma, o não

¹² Empregamos a palavra autores para designar todos aqueles responsáveis pela escrita e disseminação do conhecimento científico, seja um jornalista, redator ou mesmo um escritor especialista de uma área especializada.

entendimento dos enunciados, a depender do grau de conhecimento do leitor. Esse público leitor recorre aos sites, como Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) e Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT), para se manter informado de forma segura ou para sanar dúvidas sobre seus direitos básicos, o qual pode ter muito ou nenhum conhecimento da área.

Quadro 03 - Trechos dos textos coletados

IDEC	SENACON	TJDFT
Além disso, o CDC também traz a possibilidade de inversão ao ônus da prova e a revisão de cláusulas contratuais que coloquem o consumidor em extrema desvantagem, mesmo que o contrato já tenha sido assinado. Antes de 1990, o consumidor precisava provar que o produto era defeituoso, hoje o fabricante é quem precisa provar que sua mercadoria não é defeituosa.	“Isto é inconstitucional, isto é ilegal, e naquilo que nos diz respeito, aquilo que diz respeito aos consumidores, por diversas formas, eles estão violando o Código de Defesa do Consumidor, sobretudo com abuso de poder econômico e publicidade cifrada, publicidade abusiva , publicidade que na verdade emite opinião editorial, como disse o ministro”, ressaltou o secretário.	Com base na Lei 14.181/2021, que alterou o Código de Defesa do Consumidor (CDC), pede a aplicação de plano de pagamento e limitação dos descontos no contracheque e na conta corrente a 30% de sua remuneração. Bem como que seja instaurado processo por superendividamento , para revisão e integração dos contratos e repactuação das dívidas remanescentes , mediante plano judicial compulsório , respeitado o mínimo existencial .
Orientamos sempre primeiro tentar resolver a questão diretamente com o ofertante do produto ou serviço . O artigo 35 do CDC dá ao consumidor lesado o direito de escolher entre as seguintes alternativas: a obrigação de cumprir exatamente o que foi oferecido; outro produto ou serviço equivalente ao adquirido, ou a rescisão do contrato e a devolução do valor pago, acrescido da devida correção monetária .	Um dos principais enfoques desse mutirão é a prevenção do superendividamento , com a garantia do mínimo existencial . Em junho, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva editou o Decreto 11.567/2023, que aumenta de R\$303 para R\$600 o valor do mínimo existencial , que é a quantia de renda que fica protegida por lei em casos de superendividamento.	O pagamento de valores decorrentes de cobrança indevida ao consumidor gera o direito à repetição do indébito em dobro, salvo se demonstrado erro justificável pelo fornecedor, na forma do parágrafo único do art. 42 do Código de Defesa do Consumidor.

Fonte: sites públicos do TJDFT, IDEC e SENACON.

É possível observar, nos trechos apresentados, que foi empregada uma terminologia própria do campo especializado do Direito, essa terminologia nos remete aos conhecimentos diretamente presentes na relação de consumo. Os textos tratam de assuntos que estão ligados à aquisição de bens e serviços pelos consumidores, assim como de questões financeiras presentes no mercado brasileiro, como dívidas bancárias, publicidades consideradas inadequadas pelo CDC, direitos à reparação de danos que o consumidor venha sofrer, além de informações sobre o superendividamento e assinaturas contratuais. Em alguns trechos, é possível observar alguns termos que aparentemente parecem simples quando fazemos menção aos significados das palavras, como em *prática abusiva*, mas, antes de fazer deduções, é preciso buscar entender o que o CDC assinala como uma prática abusiva ao consumidor.

Segundo o artigo 39 do CDC, prática abusiva pode ser entendida como uma ação ou conduta exercidas pelo fornecedor que possam prejudicar os consumidores. São ações consideradas ilícitas, como o abuso de preços, ações enganosas, oferecimento de produtos não adequados ao uso. Essas práticas são consideradas abusivas à medida em que o consumidor é prejudicado, enganado e induzido a adquirir algo fora da normalidade (Santana, 2018).

Observa-se que os trechos trazem a terminologia especializada do Direito de forma bem explícita, como destaca-se no primeiro texto do TJDFT, que é um texto informativo sobre situações que contribuem para o Superendividamento. Ao apresentar as alterações ocorridas no CDC, o texto se desenvolve com expressões que podem comprometer o entendimento do assunto em pauta, como podemos observar em “instaurado o processo por superendividamento”. Na troca por um sinônimo, é possível buscar uma compreensão mais próxima, que seria o equivalente a “começar um processo” para que seja feita a revisão dos contratos. No entanto, consideramos que a lógica do entendimento pode ser interrompida pela expressão “integração dos contratos” que é entendida como uma espécie de processo no âmbito jurídico (Diniz, 2022). Em seguida, temos ainda o termo “repactuação de dívidas”, que podemos considerar como um ajuste das dívidas, que deve ser feito por meio de “plano judicial compulsório”. Ora, para que o leitor compreenda como se desenvolve essa ação, é preciso um entendimento do seja esse plano, essa ação judicial, uma vez que o objetivo do texto é informar o cidadão que busca conhecimentos sobre a temática.

Finatto (2021, p. 8), ao discorrer sobre as problemáticas encontradas na escrita de textos, salienta que a preocupação não está apenas no uso de terminologias, “mas também o nível de complexidade linguística adotado em determinados textos”. Chamamos a atenção para o fato de que estamos diante de textos disponibilizados em sites que podem ser acessados por todos, em que autores abstraem as informações e adaptam ao público em geral. Ainda

assim, talvez “de tanto trabalhar com/falar sobre/escrever sobre determinado assunto” isso acabe contribuindo para a dificuldade em tornar o texto mais acessível.

Outro ponto que devemos levar em consideração é o termo “mínimo existencial”, que aparece logo em seguida, como uma forma conclusiva da ação judicial, ou seja, o reajuste de dívidas deve ser pautado no entendimento da necessidade de um valor que seja mínimo para a existência do consumidor. Porém, nesse trecho, assim como em todo o texto, não aparece uma explicação para esse termo, o que consideramos como uma linguagem mais complexa. Mas, ao olharmos para o último trecho na coluna correspondente a SENACON, veremos que esse mesmo termo se apresenta em outra notícia também ligada a assuntos sobre o superendividamento. Entretanto, ele aparece acompanhado de uma explicação, sendo então, “a quantia de renda que fica protegida por lei em casos de superendividamento”. Com isso, é possível perceber também que a explicação não parece orientar com clareza, pois somente por esta explanação uma pessoa que não tenha nenhum tipo de contato com a área do Direito pode apresentar alguma dificuldade para a compreensão do conceito.

A leitura que se tem sobre a apresentação desses textos é que não é possível identificarmos uma adequação da linguagem para o público leigo nos sites consultados. São termos e vocábulos que em certos momentos dos textos necessitam de uma explicação mais detalhada, uma abordagem simplificada da linguagem jurídica, visto que para se ter uma compreensão desses elementos linguísticos é preciso ter uma maior aproximação com o discurso especializado. Esses posicionamentos são levantados considerando o fato de que os textos coletados são de sites que, teoricamente, devem ser acessíveis a todos, inclusive a maneira pela qual a informação deve ser repassada. Consideramos ainda que o site do TJDF é o que mais apresenta uma linguagem específica, bem voltada para o público especialista, no entanto, os dados podem ser acessados por qualquer pessoa, como informações sobre determinações processuais, estrutura e funcionamento de serviços judiciais, dentre outros assuntos, sobretudo porque, em uma busca rápida no site google, esses sites são os primeiros a aparecer.

Cabe ressaltar outro ponto que nos chama atenção é o fato de que, nesses sites, embora tratem de questões sobre demandas governamentais ou a publicações de ocorrências relacionadas a ações envolvendo o cidadão, pouco se observa textos que apresentem um caráter mais didático. No sentido de que não observamos textos que, em maior parte, dão um direcionamento, versem sobre o que seja o Direito do Consumidor, já que os sites se apresentam com o objetivo de informar o cidadão. O que queremos pontuar é que, como estratégias, os sites usam informações levantadas sobre alguns acontecimentos envolvendo

consumidores e fornecedores como forma de mostrar, por exemplo, uma violação dos direitos básicos. Não que isso não contribua com o propósito informativo, mas para apresentar esses dados, os escritores utilizam terminologia própria da área do Direito, sem conter, por vezes, explicações da função de determinado termo. Não descartando ainda o fato de que o CDC apresenta em sua estrutura diretrizes de outros campos jurídicos que podem tornar inacessível a compreensão das informações repassadas.

Essas considerações sobre os termos em textos destinados ao público leigo reportam ao processo impulsionador de proporcionar a acessibilidade textual, enfatizando a produção de textos que informam dados científicos a serem escritos por meio de uma linguagem mais clara, direta e acessível. A partir desse posicionamento, não estamos afirmando que os textos não exerçam sua função comunicativa, o que pretendemos é enfatizar que a terminologia da área do DC ao ser usada nesses textos pode causar maior complexidade para leitores leigos, um dos alvos desses sites. Por isso, buscamos apresentar discussões que possam contribuir para pensar o espaço dos estudos terminológicos na acessibilidade textual.

5.3 Consumidor, consumidor final e consumidor por equiparação

A primeira discussão que fazemos é sobre a definição do termo *consumidor*, que pode, a princípio, parecer óbvia, mas como temos mostrado no levantamento dos dados o consumidor não se limita apenas a um conceito. Trazer essas informações é importante para pensar a função desse termo nos textos, para entender a que tipo de consumidor uma notícia pode tratar. Para o Código de Defesa do Consumidor (CDC), este é entendido da seguinte forma.

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como **destinatário final**. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (Brasil, 1990 - grifos nossos).

Na definição postulada pelo CDC, já podemos identificar que o conceito engloba as unidades que encontramos nos textos de análise, *consumidor final* e *consumidor por equiparação*. O termo *consumidor final* é utilizado como sinônimo de *destinatário final*. Nas palavras de Nunes (2024), a definição de *consumidor* começa de forma individual, como sendo mais concreto por detalhar aquela pessoa que compra um determinado produto, e termina em algo mais geral, que ele denomina abstrato por abarcar não apenas uma pessoa, mas uma coletividade.

Sendo assim, temos para consumidor/destinatário final: toda e qualquer pessoa que venha comprar ou usar um produto ou um serviço, mesmo que não tenha comprado. A lei define como consumidor “tanto quem efetivamente adquire (obtém) o produto ou o serviço como aquele que, não o tendo adquirido, utiliza-o ou o consome”. (Nunes, 2024, p. 81). A exemplo, caso uma pessoa compre salgados e bebidas para uma festa e ofereça aos convidados, todos aqueles que consumirem vão ser considerados consumidores.

Vamos supor que essas mesmas pessoas foram prejudicadas pela má qualidade das bebidas e salgados, no entanto, essas pessoas não compraram diretamente os produtos, mas consumiram. Dessa forma, o CDC entende que elas devem ser equiparadas, ou seja, devem ser igualadas, consideradas consumidores. Portanto, devem ter os mesmos direitos básicos. Neste caso, temos uma explicação do que seja *consumidor por equiparação*, sendo então, a pessoa ou grupo de pessoas que, de alguma forma, foram prejudicados dentro da relação de consumo, foram vítimas do acidente de consumo mesmo não sendo consumidores diretos. (Nunes, 2024).

Essas definições são formas adaptadas para esta pesquisa, entendemos que o conceito de *consumidor*, dentro do texto da lei, é ainda mais complexo. No entanto, nosso questionamento se atém ao fato de, por vezes, não haver nenhuma explicação mais direcionada para o público não especializado. Não estamos querendo esgotar a definição, mas chegar a uma amostra das dificuldades de entender conceitos jurídicos e usufruir de um direito básico, o acesso à informação e fazer uso adequado da informação. Assim, partimos para observar como os termos mencionados aparecem nos textos dos sites de coleta.

Na tabela abaixo, vamos mostrar trechos dos textos de análise. Os textos trazem informações sobre acontecimentos entre consumidores e fornecedores, são situações que ocorrem na relação de consumo e violam os direitos básicos. O texto do site do IDEC notícia uma situação ocorrendo propagandas ao consumidor e faz orientações que devem ser tomadas em situações como essas.

Quadro 04 - Trecho do texto do IDEC - *Consumidor*.

Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC
No caso de um produto ou serviço de fácil acesso, como um anúncio de um produto dizendo ser gratuito e no momento de levá-lo o consumidor for cobrado: * Orientamos sempre primeiro tentar resolver a questão diretamente com o ofertante do produto ou serviço. O artigo 35 do CDC dá ao <u><i>consumidor lesado</i></u> o direito de escolher entre as seguintes alternativas: a obrigação de cumprir exatamente o que foi oferecido; outro produto ou serviço equivalente ao adquirido, ou a rescisão do contrato e a

devolução do valor pago, acrescido da devida correção monetária.

* Caso não tenha a questão resolvida, ou seja, algo que não consiga encontrar de forma imediata ou fácil no ofertante, anunciante daquela publicidade, o consumidor pode e deve fotografar o anúncio, a oferta em que trazia a informação falsa ou abusiva e registrar uma denúncia junto ao Procon ou na plataforma do Consumidor.gov.

* Fazer uma reclamação nas redes sociais, já que hoje surte um impacto muito forte para as marcas, que, muitas vezes, respondem o consumidor rapidamente por meio delas ao se depararem com uma reclamação.

Fonte: site público do IDEC.

No site do IDEC, vemos que o termo *consumidor* aparece apenas mencionado. Embora pareça fácil saber o que é um consumidor, vimos nas definições acima, que se trata de um termo que engloba diferentes conceitos. E ainda temos o outro fator, que é a qualificação do termo *consumidor*. O texto trata de um *consumidor lesado*, mas afinal o que é isso? No dicionário jurídico de Diniz (2022, p. 330), lesado é aquele que “foi prejudicado”, “sofreu gravame” ou foi “vítima do dano patrimonial ou moral”.

Em outras palavras, o consumidor que foi prejudicado por algum produto ou serviço que tenha adquirido tem o direito de receber um novo produto ou serviço. Vejamos que o texto foi tirado de um dos sites que menos apresenta termos da área jurídica, um site que se organiza por meio de uma linguagem considerada mais fácil e direcionada ao público geral. Embora o site tenha como público-alvo a sociedade no geral para a divulgação científica, vemos que ainda falta uma adaptabilidade da linguagem das informações passadas, é o que Bueno (2010) considera como níveis de discurso, ou seja, é preciso adequar ao público leitor.

Para a análise, retiramos trechos que representam o todo. Com isso, é importante ressaltar que todo o texto se constitui dessa forma, com uma linguagem, por vezes, mais simples ou mais densa. Frisamos também que uma das características desse site é reduzir os textos com a finalidade de facilitar a leitura, no entanto, observamos no trecho que a forma como se organiza não alcança o objetivo proposto. Lembramos o que diz Finatto (2022), quando afirma que pensar a acessibilidade textual e terminológica não é apenas resumir, deixando o texto mais curto, mas usar estratégias, sejam linguístico-discursivas ou mesmo elementos visuais.

Ao que tange a acessibilidade textual, no trecho do IDEC, vemos que o texto se constitui de palavras que trazem muitas informações adicionais ao termo *consumidor lesado*. Os termos *equivalentes* juntamente com outros termos sem uma explicação simplificada são elementos que podem interferir na compreensão da informação.

Temos ainda um outro termo que aparece em nosso levantamento de dados e está presente no trecho acima, que é o termo de *rescisão do contrato*. Esse é um termo que é denominado como um direito básico do consumidor, e pelo próprio texto isso fica evidente quando é colocado que o consumidor lesado tem o direito de escolher entre algumas alternativas que vão sendo enumeradas. O texto traz alguns direitos que o consumidor tem dentro de um contexto de consumo. E para saber do que trata este direito é preciso saber o que é contrato e o que é rescisão. Enquanto contrato, na linguagem jurídica, é acordo entre pessoas ou empresas, a rescisão é um ato de rompimento de algo. No caso da lei é uma forma de “Cessação de uma relação jurídica contratual” (Diniz, 2022, p. 452) ou seja, é um direito que o consumidor tem de terminar um contrato, caso este possa lhe causar algum dano.

Para a leitura desse texto, como foi mostrado, para uma melhor compreensão será necessário recorrer ao dicionário jurídico. Não que isso seja um problema, afinal os dicionários são recursos importantes para os diferentes meios científicos. O que estamos pontuando é o fato de que os textos apresentam um teor de divulgação científica, o que significa que deve ser pautado nas características dessa forma de comunicação. E o simples fato de recorrer aos dicionários não permite uma total compreensão do que um termo pode apresentar em um texto. Isso foi comprovado na amostra que trazemos, onde para conhecer o conceito de um termo foi necessário analisá-lo em contexto linguístico, pragmático e discursivo.

Nesta linha, concordamos com as palavras de Santiago e Krieger (2009, p. 238), quando afirmam que, mesmo em textos que tenham caráter de divulgação científica, não há de se falar em uma abstenção total da terminologia jurídica “já que o termo representa um nódulo cognitivo de toda área científica”. Levando em consideração a função comunicativa da linguagem, mesmo quando a ciência jurídica está sendo direcionada ao público em geral, é preciso o uso de termos desse campo, visto que os termos englobam o assunto como um todo.

Passemos agora à análise de um outro texto. O trecho foi retirado de um dos textos do site da SENACON e descreve uma ocorrência muito comum nos dias atuais, que é o sobre o uso de cartões de crédito e as taxas de cobranças. No trecho, são apresentadas questões em direção à defesa do consumidor, em especial sobre os preços estabelecidos pelas empresas de cartão de crédito. São preocupações que refletem na justiça e nas relações de consumo.

Quadro 05 - Trecho do texto da SENACON - *Consumidor final*.

Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON
De acordo com a Senacon, “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 direitos econômicos, a melhoria de sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia nas relações de consumo.” Diante disso, a Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor está apurando se a decisão da Mastercard Brasil pode ser entendida como aumento abusivo de preço sem justa causa. A administradora de cartões alegou necessidade de reajuste das taxas, mas não apresentou a planilha de custos que sustente o referido aumento de valores e nem considerou a possibilidade de esta decisão provocar pressão inflacionária sobre os preços ao <u>consumidor final</u>. A Mastercard e a Visa também vêm sendo alvo de ações coletivas, no Reino Unido, por abusividade da cobrança da taxa de intercâmbio. Mais de cem mil empresas britânicas já entraram na justiça questionando o aumento de preço das taxas, alegando que as duas administradoras de cartão estão se prevalecendo da condição de dominantes do mercado naquele país.

Fonte: site público da SENACON.

No trecho acima, temos em destaque o termo *consumidor final* sem nenhuma explicação conceitual. Pela estrutura e organização textual, é possível inferir que o texto foi direcionado ao público que já tenha familiaridade com informações governamentais e questões econômicas. No entanto, devemos lembrar que o site de onde retiramos esse texto é a página de internet do Governo Federal, mas especificamente uma informação da Secretaria Nacional do Consumidor vinculada ao site governamental. É uma divulgação de dados disponível a toda sociedade, não somente aqueles especializados ou que tenham algum conhecimento sobre tais questões.

O trecho também apresenta uma citação direta, uma referência especializada que é própria da secretaria do consumidor. Em conjunto a essa particularidade, há também outras unidades frasais de difícil compreensão, como a expressão “proteção de seus direitos econômicos” e “transparência e harmonia nas relações de consumo”. Mais uma vez, o que se percebe é que o texto parece partir do pressuposto de que o leitor saiba o que cada uma dessas expressões significam, não havendo uma contextualização que possa remediar o processo comunicativo. As informações estão sendo apresentadas, mas não significa que esteja havendo uma comunicação para o leitor que é distante dessa realidade social.

Nesse trecho, podemos observar ainda outros elementos linguísticos, como: *aumento abusivo de preço sem justa causa*, *reajuste das taxas sem justa causa*, *pressão inflacionária*. São expressões que designam o contexto de consumo, que representam conceitos vinculados

aos direitos do consumidor. O produtor desse texto usou como estratégias linguísticas palavras muito específicas, comumente usadas em textos mais técnicos para informar ações que atingem o consumidor final. Vemos que até chegar ao termo *consumidor final* dentro do texto, foram usadas várias expressões consideradas complexas. O problema não está centrado apenas no uso dos termos e expressões, mas compreende também o fato de não haver uma simplificação da linguagem, ou mesmo o uso de recursos gráficos para contribuir com a acessibilidade textual e terminológica.

Quanto ao site do TJDF, retiramos o trecho em que há uma breve explicação do que seja *consumidor por equiparação*, além de discorrer sobre esse conceito há o trecho de uma ementa baseada no artigo 17 do CDC. A ementa é um recurso, uma forma de adicionar ou refazer uma determinada informação, no caso do texto abaixo, é uma maneira encontrada para explicar, com base na lei, o que se entende por *consumidor por equiparação*.

Quadro 06 - Trecho do texto do TJDF - *Consumidor por equiparação*.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDF
Na hipótese de acidente de consumo, aquele que não participa diretamente da relação, mas sofre os efeitos do evento danoso, é considerado <u><i>consumidor por equiparação</i></u> ou bystander, na forma do artigo 17 do CDC. Trecho de ementa “1. É consumidor por equiparação, na qualidade de bystander, conforme artigo 17 do Código de Defesa do Consumidor, aquele que sofre dano por fraude bancária e não tem qualquer vínculo prévio com a instituição financeira. 2. Compete à instituição financeira o ônus da prova quanto à veracidade de assinatura aposta em contrato bancário que não é reconhecida pelo consumidor.”

Fonte: site público do TJDF.

O texto acima é caracterizado como objetivo e bem estruturado, as orações são bem claras e diretas, típico de um texto acadêmico direcionado a um público específico. Assim, as informações presentes nesse trecho são colocadas de maneira muito delimitada, concisa e direcionada. Outra particularidade que chama a atenção nesse trecho é a forma como se organiza, por meio de numeração, que entendemos ser um recurso para facilitar a leitura de forma a organizar as ideias e tornar a leitura mais acessível, permitindo que o leitor identifique com mais precisão as principais informações. Vemos também que há uma certa adaptação linguística no início do texto, em que há uma explicação sobre o que venha a ser *consumidor por equiparação* e em seguida temos uma confirmação referencial por meio do artigo da lei do consumidor.

Temos no trecho acima uma explicação do que seja *consumidor por equiparação*, mas temos que concordar que a informação não fica clara, a linguagem e os recursos textuais não contribuem para essa finalidade. O termo é mencionado duas vezes e há ainda uma variação para este termo que é denominado como *bystander*, um empréstimo da Língua Inglesa que significa “espectador”. É aquele que não é um consumidor direto, mas participa da relação de consumo, conforme mostramos nas definições do tópico anterior.

Além disso, temos também outros termos em destaque como *evento danoso* e *ônus da prova*. São termos que para um leitor sem uma formação jurídica ou conhecimento da área faz com a leitura seja complexa, criando uma barreira para a acessibilidade terminológica aos leitores leigos. O texto apresenta uma informação em poucas palavras e com a presença de termos jurídicos. Para um conhecedor da área, é fácil entender que *evento danoso* é um acidente de consumo e que, neste caso, é considerado consumidor qualquer pessoa que está envolvida na relação de consumo. E assim, também temos o termo *ônus da prova*, que é um direito que o consumidor tem de não precisar provar que um produto ou serviço tenha causado a ele algum dano, o fornecedor é que terá que provar que seu produto não prejudicou o consumidor. (Nunes, 2024)

Diante do exposto, vemos a complexidade que é entender um termo jurídico e ainda mais quando está dentro de um texto com uma linguagem resumida, direta e muito objetiva. Cabendo ao leitor a necessidade de buscar conceitos de cada um dos termos, por isso é preciso além de uma linguagem mais acessível, pensar a acessibilidade textual e terminológica por meio de outros fatores, como notas explicativas ou mesmo elementos gráficos.

Pela organização textual, há de se observar que temos uma adaptação da informação jurídica, o produtor partiu de uma leitura de fontes científicas para elaborar um texto de divulgação científica. No entanto, como vimos nos estudos de Bueno (2010), para que haja um processo de divulgação da ciência é preciso considerar diferentes fatores, desde os níveis do discurso até os canais de comunicação. Por mais que tenhamos a página de internet como um mecanismo de divulgação, vemos a deficiência de outros fatores textuais e discursivos, como o direcionamento das informações ao público. Isso porque, por mais que o texto apareça ser direcionado ao público geral, vemos que, pela maneira como é construído, o texto é destinado a um público que detém de um conhecimento prévio acerca da área jurídica.

Lembrando o que Finatto (2022) pontua, é preciso fazer adaptações dos textos científicos, uma vez que temos uma grande mobilidade de disseminação das informações devido ao avanço da internet e a popularização de celulares e redes sociais. Com isso, é

preciso considerar que agora não temos somente um leitor em específico, mas vários leitores que estão associados àquele leitor inicialmente previsto.

5.4 Produto e serviço

A definição de produto adotada pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) em seu artigo 3º parágrafo 1º é “qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”. Por ser um texto da lei, é uma definição precisa e direta. Portanto, cabe ao especialista buscar interpretação para entender o que a lei considera como produto no mercado de consumo. E esse foi o passo que percorremos, com a finalidade de compreender e apresentar as discussões desta pesquisa.

No primeiro momento, trazemos a definição dada no dicionário jurídico de Diniz (2022, p. 423), que aponta como “a) Bem móvel ou imóvel, material ou imaterial, colocado no mercado para atender o consumidor; b) mercadoria ou serviço”. Observamos que a definição vai se estendendo, considerando outros elementos que, de alguma forma, estejam relacionados com a compra e venda, ou seja, aquisição de algo.

Para simplificar esta abordagem, vemos o que diz Cavalieri Filho (2022) a respeito do conceito de produto.

[...] a *opção* pelo vocábulo produto – bastante difundido no mercado de consumo – indica a intenção do legislador de tornar a lei mais compreensível aos que nela atuam e, por isso, *produto* é utilizado em seu sentido econômico e universal, isto é, **aquilo que resulta do processo de produção ou fabricação** (Cavalieri Filho, 2022, p. 113 - grifos originais).

Nas palavras do autor, o produto é tudo à venda no mercado e que pode ser comprado e usado pelo consumidor. Diante dessas definições, cabe retomarmos a abordagem da função da lei do consumidor em ser um código, pois, como enfatizamos ao longo desta pesquisa, o Código de Defesa do Consumidor foi assim idealizado para atender a todos. É uma lei que foi pensada para que todos pudessem ler e compreender. Ao trazer essa definição do *produto*, Cavalieri Filho (2022) enfatiza que a ideia é que seja mais fácil para as pessoas que lidam com ela, desde advogados até os consumidores leigos ou não. Assim, aqueles que necessitam buscar informações vão saber exatamente sobre o que a lei trata, de forma a facilitar as regulamentações de consumo.

Quanto ao termo *serviço*, este, pelo CDC, é descrito da seguinte forma.

§ 2º **Serviço** é qualquer **atividade fornecida no mercado de consumo**, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista (Brasil, 1990 - grifos nossos).

Cavaleri Filho (2022, p. 113) explica que essas atividades descritas como conceito de serviço podem “ser de natureza material, financeira ou intelectual, prestadas por entidades públicas ou privadas, mediante remuneração direta ou indireta”. São atividades voltadas a fornecer o consumidor em diferentes contextos e condições, mas é preciso que apresente necessidade remunerativa para estabelecer uma relação de consumo.

Dadas essas considerações, passamos então a analisar como este termo é apresentado nos textos do *corpus* de pesquisa observando também a relação que ele estabelece com outras unidades linguísticas.

Quadro 07 - Trecho do texto do IDEC - *Produto e Serviço*.

Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC
Cobrança de multa, é permitida? Sim, desde que a multa compensatória não seja superior a 10% do valor restante para encerramento do contrato. Se não, ela se torna uma cobrança abusiva. A pessoa consumidora tem direito a rescindir o contrato sem pagar multa, mesmo estando dentro do período de fidelidade, quando: 1. Cancelamento devido à má qualidade na prestação do <u>serviço</u>. 2. Não tiver conhecimento prévio da condição de fidelidade e multa imposta. 3. Não for demonstrado o benefício garantido ao consumidor pela fidelização do contrato. 4. O consumidor não tem mais condição de pagar pelo serviço (neste caso, depende de aceitação pela empresa). O CDC ainda prevê mais uma forma de cancelamento de contrato que é o direito de arrependimento previsto no artigo 49. Ou seja, o consumidor pode desistir do contrato, sem a necessidade de qualquer justificativa, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do <u>produto</u> ou <u>serviço</u>, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente pela internet, telefone e a domicílio. E neste caso, ao exercer esse direito de arrependimento, a pessoa consumidora tem que ter todos os valores pagos devolvidos.

Fonte: site público do IDEC.

O trecho acima parece não trazer complicações no emprego dos termos *produto* e *serviço*. Vale lembrar que quando falamos em acessibilidade textual e terminológica, o olhar deve ser direcionado para a estrutura e elementos textuais, cabendo observar que fatores podem contribuir para a não promoção da acessibilidade. Embora os termos pareçam ser colocados de forma bem direta, trazem uma informação muito recorrente aos consumidores

que é a multa aplicada quando se pretende cancelar um contrato de um produto ou mesmo de um serviço.

As informações apresentadas são de um texto do site do IDEC que orienta os mais diferentes tipos de consumidores, mas a linguagem empregada é composta de termos próprios do âmbito jurídico. Ao olharmos para o segundo período do texto que contém a sentença “a **multa compensatória**¹³ não seja superior a 10% do valor restante para encerramento do contrato.” vemos que se trata de uma resposta à pergunta feita inicialmente. Apesar de o termo em destaque não aparecer muitas vezes em nossos dados, é uma unidade linguística relacionada à presença dos termos *consumidor* e *produto*, pois o texto informa que haverá uma multa compensatória na desistência do contrato do produto ou do serviço.

Mais abaixo, no trecho de análise “Se não, ela se torna uma **cobrança abusiva**” vemos também um outro termo. É o termo *cobrança abusiva*, usado para qualificar a ação descrita na sentença destacada anteriormente. Há, no trecho, um outro problema, o leitor precisa saber o que é de fato uma cobrança considerada abusiva pelo Código de Defesa do Consumidor. Pela lei, *cobrança abusiva* é quando uma pessoa, por exemplo, utilize no ato da cobrança ações contra o consumidor.

Capitulado no artigo 71 do Código de Defesa do Consumidor, constitui crime utilizar, na **cobrança de dívidas, ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer.** (Santana, 2018, p. 131-132 - grifos nossos).

É preciso pontuar que o texto deveria abrir um parêntese para explicar o conceito do termo em questão, não basta apenas um texto em forma de tópicos para ser acessível, se as informações acabam sendo decodificadas. É preciso entender que o leitor que busca informações em um site, a hipótese é que ele não detém conhecimento prévio sobre o Direito do Consumidor. Não há como se falar em texto facilitado, quando se coloca um termo como *fidelização do contrato* e não exemplifica com situações de ocorrências para dizer que se trata de ação que tanto quem contrata como quem é contratado deve manter fidelidade nas cláusulas contratuais. Essas cláusulas são uma obrigação ou mesmo uma condição, são acordos estabelecidos entre ambas as partes. Dessa forma, todas essas e outras informações devem ficar evidentes para que de fato se possa fazer com que haja uma divulgação científica.

¹³ “Aquele que é prevista em contrato e tem por escopo a fixação de eventuais perdas e danos para o caso de descumprimento do que foi estipulado” (Luz; Souza, 2015, p. 527).

5.4.1 Venda casada

A unidade terminológica *venda casada* é um termo muito utilizado no mercado de consumo, em especial quando se trata do Código de Defesa do Consumidor. Antes de apresentar seu conceito, é importante trazermos uma informação em relação a como este termo é postulado no texto da lei. A lei não traz em seu texto o termo *venda casada*, mas traz o conceito, apresenta ações que condizem com o termo.

Observamos que este termo foi criado a partir de determinações pregadas no texto lei. Entendemos que foi uma forma encontrada pelos especialistas para designar as ações de toda uma prática de venda, a fim de facilitar a comunicação na comunidade de uso. Foi elaborado como uma tentativa de estabelecer, comportar todo um conceito jurídico, uma espécie de “neologismo terminológico”, criado a partir da composição de duas palavras: venda e casada. É um processo realizado em função da comunicação no campo do Direito, como diz Krieger (2009), a função do termo é transmitir conceitos específicos de uma determinada área do conhecimento científico ou jurídico. Assim, a lei especifica as ações que podem ser consideradas como *venda casada*.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994) I - **condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço**, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos [...] (Brasil, 1990 - grifos nossos).

Para tentar elucidar o que diz o texto da lei, trazemos uma explicação apresentada por Santana (2018).

1. A **venda casada** ocorre em virtude do condicionamento a uma única escolha, a apenas uma alternativa, já que não é conferido ao consumidor usufruir de outro produto senão aquele alienado pelo fornecedor. 2. Ao **compelir o consumidor** a comprar dentro do próprio cinema todo e qualquer produto alimentício, o **estabelecimento dissimula uma venda casada** [...] (Recurso Especial STJ¹⁴ *apud* Santana, 2018, p. 37 - grifos nossos).

Essa é uma atividade que limita a escolha do consumidor e obriga-o a comprar algum produto ou adquirir um serviço adicionando a essa venda um outro bem. No entanto, a lei determina isso como uma prática ilegal e garante ao consumidor liberdade de compra e

¹⁴ 1. Recurso dirigido ao Superior Tribunal de Justiça para reexame de causas decididas, em única ou última instância, pelo Tribunal Regional Federal ou pelos Tribunais dos Estados, do Distrito Federal e Territórios” (Diniz, 2022).

proteção. Diante disso, vamos verificar como este termo se comporta no texto do site da Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON.

Quadro 08 - Trecho do texto da SENACON- *Venda casada*.

Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON
A Apple foi processada por vender os smartphones, desde o Iphone 12, sem o respectivo carregador de energia para tomada de parede. As acusações são de <u>venda casada</u>, venda de produto incompleto ou despido de funcionalidade essencial, recusa da venda de produto completo mediante discriminação contra o consumidor e transferência de responsabilidade a terceiros.[...] Para a Senacon, os argumentos apresentados não foram suficientes, uma vez que a decisão da empresa de vender os aparelhos sem carregador acabou por transferir ao consumidor todo o ônus. [...] Caso persista nas infrações, a Apple poderá ser considerada reincidente, com a aplicação de novas punições ainda mais graves. A empresa ainda pode recorrer da decisão. Venda casada - Para a Senacon, ao deixar de vender os celulares sem carregador, “que é imprescindível funcionamento normal do telefone”, a empresa pratica venda casada por “dissimulação”, já que, de forma indireta, obriga o consumidor a adquirir um segundo produto, o carregador, sem o qual o aparelho principal não funciona. Venda de produto incompleto ou despido de funcionalidade essencial - Conforme a decisão, a venda do produto sem carregador é suficiente para que ele seja considerado “impróprio ou inadequado ao consumo a que se destina ou que lhe diminua o valor”, de acordo com o Código de Defesa do Consumidor.

Fonte: site público do SENACON.

O texto traz um relato sobre uma situação envolvendo uma empresa de celulares em que comete a prática de venda considera ilegal perante a lei. Em destaque, estão os termos ao qual apresentamos as definições acima, bem como outras palavras usadas para descrever e qualificar a ação que foi apresentada. O texto se inicia abordando as atividades realizadas pela empresa, como *venda casada* e venda de produtos com irregularidades.

Acima, apresentamos o texto com recortes para facilitar a análise, pois ele se constitui de vários parágrafos com muitas informações sobre a ocorrência envolvendo a empresa e a justiça. O que chama a atenção é que o termo não é explicado, e é colocado logo no início do texto acompanhado de outras palavras que descrevem a situação, como no trecho “**despido de funcionalidade** essencial, recusa da **venda de produto completo mediante discriminação** contra o consumidor e transferência de responsabilidade a terceiros”. Nesse trecho, logo se observa um certo distanciamento da divulgação científica, isso se justifica pela forma como a sentença é estruturada e o nível do discurso que é empregado.

Neste caso, é importante destacar, como faz Serra (2024a, p. 9), que a “publicação de qualquer forma de produção, disseminação para diferentes públicos são divulgação da ciência, assim como sua popularização”. Isso reflete na maneira como estas informações são repassadas para o seu público, porque se é um site que dispõe de acesso a toda a sociedade, precisamos então pensar qual o nível do discurso, o teor da mensagem e caracterização do público-alvo.

Outro fator intrigante em destaque nesse trecho é o fato de que a explicação do termo *venda casada* somente é abordada bem mais abaixo no texto. Conforme descrevemos antes, o texto é longo e com uma densa informação. Entendemos que essa explanação já deveria ser colocada no início do texto a fim de nortear o leitor sobre o que seria essa prática de venda e não somente após longas informações. Assim, para exemplificar a informação, o texto traz o seguinte trecho explicativo.

Venda casada - Para a Senacon, ao deixar de vender os celulares sem carregador, “que é **imprescindível** funcionamento normal do telefone”, a empresa pratica **venda casada por “dissimulação”**, já que, de forma indireta, obriga o consumidor a adquirir um segundo produto, o carregador, sem o qual o aparelho principal não funciona. Venda de produto incompleto ou **despido de funcionalidade essencial** (TJDFT).

Foi uma forma encontrada pelo autor para explicar a ação realizada pela empresa, além de mostrar o termo, há um exemplo prático do que seria *venda casada*. O autor do texto usou a própria prática da empresa como exemplo. Assim, vemos neste trecho uma adaptação do discurso especializado, como forma de divulgar o que é um direito básico do consumidor. No entanto, também observamos neste mesmo trecho outros elementos linguísticos que podem não contribuir para o entendimento do todo, como “Venda de produto incompleto ou **despido de funcionalidade essencial**”, que junto aos termos geram um impacto na informação prestada.

Ainda de acordo com Serra (2024a), a partir das características apresentadas nesses textos, eles podem ser considerados enquanto especializados, posto que seus objetivos são de divulgação da ciência apesar de serem de maneira adaptada. É importante considerar que o processo de divulgação é uma tarefa complexa, o que justifica a forma como esses textos são produzidos. Por isso, não podemos deixar de considerar que esses textos têm teor de divulgação científica, visto que neles estão inseridos aspectos notórios dessa atividade, como “a motivação, os suportes e os objetivos dos autores (institucionais ou não)” (Serra, 2024a, p. 11).

5.4.2 Publicidade enganosa

O termo *Publicidade enganosa* é outro termo que apareceu em destaque nos textos, em especial quando as informações estavam relacionadas à compra ou à aquisição de algum produto ou tipo de serviço. Isso porque é muito comum nos anúncios o uso de estratégias que chamem a atenção do consumidor, por isso esse é um termo que fica evidente em situações de anúncios, informações sobre fraudes no comércio, como se observa nos textos coletados. Assim, passamos a entender então o que Código de Defesa do Consumidor (CDC) determina como *Publicidade enganosa*.

Art. 37. É proibida toda publicidade **enganosa** ou abusiva. § 1º É **enganosa** qualquer **modalidade de informação** ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, **capaz de induzir em erro o consumidor** a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços (Brasil, 1990 - grifos nossos).

Para esclarecer as informações prestadas pelo texto da lei, buscamos aprimorar a compreensão nas discussões de Miragem (2024). O especialista explica que:

Publicidade enganosa é quando uma **propaganda** ou **anúncio** passa **informações falsas ou enganosas** sobre um **produto** ou **serviço**. Em outras palavras, é quando uma empresa tenta **fazer com que o consumidor acredite em algo que não é verdade** para **convencê-lo a comprar**. Isso pode envolver exageros sobre os benefícios de um produto, omissão de informações importantes ou até mesmo a apresentação de dados falsos. Por exemplo, se uma marca diz que seu suco "**cura todas as doenças**" **sem qualquer comprovação científica**, isso seria considerado publicidade enganosa. É uma prática ilegal e pode prejudicar os consumidores. (Miragem, 2024, p. 269 - grifos nossos).

Pelo texto da lei, e em consonância com as afirmações de Miragem (2024), podemos entender que publicidade enganosa é quando os anúncios passam informações inadequadas ou mesmo que prometem algo sobre um produto ou serviço que não possa ser cumprido. A forma como esses dados são repassados podem fazer com que o consumidor seja convencido a adquirir uma compra sem que haja necessidade ou mesmo induzido a acreditar que o produto ou serviço é confiável.

O quadro abaixo traz um trecho de um texto retirado do site Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT) que retrata situações caracterizadas como *publicidade abusiva*. O texto traz um episódio de uma violação dos direitos básicos do consumidor, apresenta uma situação em que empresas estão bloqueando celulares dos clientes como uma forma de seguro para pagamento de dívidas.

Quadro 09 - Trecho do texto do TJDFT - *Publicidade enganosa*.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDFT
Empresas de crédito estão proibidas de bloquear celular de clientes inadimplentes A 23ª Vara Cível de Brasília manteve decisão liminar que condenou as empresas Supersim Análise de Dados e Correspondente Bancário Ltda. e Socinal S.A. – Crédito, Financiamento e Investimento a não mais firmarem contratos de empréstimo com cláusula que exija como garantia o celular do consumidor e o bloqueio de suas funcionalidades, em caso de inadimplemento ou mora. A ação civil pública foi proposta pelo Ministério Público do Distrito Federal e Territórios (MPDFT) e pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC). De acordo com os autores, as rés oferecem empréstimos e utilizam o celular do cliente como garantia.[...] Contam que o aparelho serve como meio coercitivo para constranger o consumidor ao pagamento da parcela em atraso, de forma a suprir os meios executório admitidos pela legislação. Informam, ainda, que não existe registro da empresa Supersim no Banco Central, tampouco autorização da Anatel para bloqueio do telefone. Apontam, também, abusividade da prática perante o Código de Defesa do Consumidor; da garantia ante a violação aos direitos fundamentais fruídos via internet e ao marco civil da internet; elevadas taxas de juros e indução do consumidor ao superendividamento; violação ao direito à informação e boa-fé objetiva e <u>publicidade enganosa</u>.

Fonte: site público do TJDFT.

Em destaque no texto, temos algumas palavras que tornam essa versão textual pouco acessível, em relação à estrutura e à presença de expressões linguísticas que dificultam a compreensão. O texto é construído a partir de um outro texto, que, pela característica e pela estrutura do gênero, vemos que é destinado ao público especialista. O uso do termo *decisão liminar* é um sinal disso, tendo em vista que o conceito representado pelo termo é de uma ação jurídica determinada por um juiz para manter a ordem estabelecida entre as partes na ação processual (Diniz, 2022). No caso acima, o juiz determinou que a empresa não pode mais firmar contratos com clientes.

O termo em destaque no início do texto foi empregado para designar todas as situações mostradas posteriormente, incluindo o termo *Publicidade enganosa*. Até apresentar o termo como uma prática irregular, há outras unidades linguísticas que vão dando sentido ao texto, como: *inadimplemento ou mora*, *coercitivo*, *executório*, *abusividade da prática*, *fruídos*, *indução do consumidor ao superendividamento* e *direito à informação*. É notório que, além do termo *Publicidade enganosa*, a linguagem como um todo é muito própria da área do Direito, além disso, o suporte em que este texto está inserido é também muito voltado para o

público especializado. No entanto, as informações neste site podem ser acessadas por todo cidadão, inclusive é um dos objetivos elencados na página da internet.

Assim, estamos falando de um texto que não vai ser lido apenas por um especialista ou aprendizes da área, mas por um público diverso onde entra o leitor não leigo. Cabe então pensarmos na divulgação desses dados apresentados, pensar em como o conhecimento pode chegar a esse leitor. Em seu texto de 1997, Ciapuscio já afirmava que a comunicação científica em transformação para a divulgação pressupõe formas de comunicar e principalmente o destinatário dessa informação. A autora menciona que a divulgação científica é o ato de disseminar o conhecimento científico “específico, especializado, sobre um campo científico particular para uma audiência que varia entre o leitor com conhecimentos básicos gerais sobre ciência e aquele que quase não tem conhecimento algum” (Ciapuscio, 1997, p. 19)¹⁵. Assim como os resultados de um trabalho científico é importante, a divulgação também, pois temos o entendimento de que a ciência é feita para apresentar resultados à sociedade. Por isso, não é apenas comunicar a comunidade acadêmico-científica, mas ao público em geral.

Como bem lembra Santiago e Krieger (2009), quando um especialista escreve para uma comunidade científica, especialistas da sua área, não há uma preocupação em adaptar o texto, usando explicações conceituais. Isso acontece porque um especialista entende que está escrevendo para pessoas com um mesmo nível de conhecimento. Entretanto, quando se produz um texto para um leitor leigo, o produtor se atém a preocupação de tornar o texto mais simples para que haja uma leitura mais fluída e compreensível.

Independentemente das modalidades de divulgação do conhecimento jurídico, por exemplo, essas necessitam de procedimentos de adaptação, reformulação ou mesmo uma transformação da informação adquirida previamente. Isso contribui para que o objetivo desse processo seja alcançado, que é a disseminação do conhecimento do Direito do Consumidor. Divulgar o conhecimento sobre os direitos básicos do consumidor, implica antes de tudo, compreender o tipo de público, aquele considerado leigo diante do conhecimento especializado.

¹⁵ Texto original: “específico, experto, sobre un campo científico particular a una audiencia que varía entre el lector con conocimientos básicos generales sobre ciencia y aquel que carece de ellos casi por completo” (Ciapuscio, 1997, p. 19).

5.5 Fornecedor

Discutimos neste tópico a definição de *fornecedor*, termo aparentemente fácil de compreender, se considerarmos a visão geral de que se trata de qualquer pessoa que forneça um produto ou serviço. Passemos então ao que diz o texto da lei do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Art. 3º **Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira**, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem **atividade** de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (Brasil, 1990 - grifos nossos).

Como podemos observar, o termo *fornecedor* apresenta semelhança com a classificação dada ao *consumidor*. Podem ser tanto uma pessoa física, jurídica, pública ou privada, vemos também que se trata de uma definição genérica em que vai enquadrar outras unidades, *subitens lexicais*, como um *comerciante*, *montador*, *fabricante* entre outros. Nunes (2024) explica que o CDC apresenta uma leitura simples e panorâmica da definição dada para *consumidor*, e completa citando alguns exemplos.

Não há exclusão alguma do tipo de pessoa jurídica, já que o CDC é genérico e busca atingir todo e qualquer modelo. São **fornecedores as pessoas jurídicas públicas ou privadas, nacionais ou estrangeiras**, com sede ou não no País, as sociedades anônimas, as por quotas de responsabilidade limitada, as sociedades civis, **com ou sem fins lucrativos**, as fundações, as sociedades de economia mista, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da Administração direta etc. (Nunes, 2024, p. 94-grifos nossos).

Embora não seja nossa preocupação esclarecer os problemas de definição do termo *fornecedor*, mas é uma questão que pode atingir a leitura e compreensão do leitor, caso este entenda fornecedor apenas como aquele que vende um produto ou serviço. Assim, no CDC, bem nas explicações de Nunes (2024), o *fornecedor* é um profissional presente no contexto em que há uma relação de consumo, como um desenvolvedor de aplicativos ou mesmo um editor de sites.

No quadro abaixo, temos um texto que trata a respeito de uma problemática que ganhou bastante destaque nas redes sociais e no jornalismo brasileiro. É o caso do uso de pomadas para cabelos, um material muito usado em salões de beleza e em casa pelos usuários. Contudo, foi um produto que acabou gerando problemas aos consumidores, por prejudicar a saúde das pessoas.

Quadro 10 - Trecho do texto do IDEC - *Fornecedor*.

Instituto de Defesa do Consumidor - IDEC
A proibição das pomadas impacta toda uma cadeia de pequenas empreendedoras que utilizam o produto como ferramenta de trabalho. Profissionais que aplicam esses produtos também podem se valer da proteção do Código de Defesa do Consumidor para solicitar a reparação de eventuais danos sofridos. A pessoa pode exigir seus direitos, como o reembolso de despesas médicas e medicamentos. O Superior Tribunal de Justiça (STJ) apresenta decisões que reforçam esse entendimento e defendem que as pessoas - tanto físicas quanto jurídicas - podem defender a aplicação das regras consumeristas, mesmo que não sejam destinatárias finais de determinado produto ou serviço, mas desde que estejam em posição de vulnerabilidade (alguns desses casos podem ser identificados a partir do números destes recursos - (REsp 1.694.413/SP e REsp 1.195.642-RJ). E o que eu devo fazer? De acordo com o CDC, todos os danos materiais e morais causados ao consumidor devem ser ressarcidos pelo fornecedor dos produtos de forma geral - isso cabe tanto aos clientes dos serviços quanto às profissionais que compraram o produto. Ainda de acordo com o Código, os fabricantes respondem pelos danos causados e, a depender do caso, a responsabilidade destes será solidária com outros integrantes da cadeia de fornecimento.

Fonte: site público do IDEC.

No texto, é possível vermos o uso de uma terminologia própria do âmbito jurídico mostrando uma situação amparada pelo Direito do Consumidor. As unidades linguísticas aparecem para representar conceitos, descrever e qualificar as ocorrências. É comum observar nessa parte e todo o texto a presença de termos, comumente usados em textos mais direcionados ao público especializado.

O termo *fornecedor*, pelo contexto em que está situado, aparentemente não traz dúvida do que seja um fornecedor. Todavia, o leitor precisa entender quem está exercendo essa função, se são os profissionais de salão ou a empresa responsável pela comercialização/distribuição dos produtos. Isso porque, pela explicação do texto, os profissionais de salão só deixam de ser considerados fornecedores e passam a ser consumidores, se a situação os colocarem em *posição de vulnerabilidade*. Em uma situação hipotética, o leitor que tenha passado por isso e vai ao site em busca de informações, acaba se deparando com uma outra dúvida: afinal, quem é o fornecedor? Quem é o responsável pelos danos?

Considerando o fato de que há inúmeros cidadãos que têm salão de beleza, há de se entender que estes podem ter diferentes níveis de conhecimento a respeito do Direito do Consumidor. Tendo em vista que estamos tratando em especial aquele considerado leigo em

relação ao conhecimento especializado, para que entenda a situação em que se encontra sobre a possível venda do produto é necessário entender se vai ocupar a posição de *consumidor* ou *fornecedor*. Mas o texto não traz uma explicação e exemplificação do que se considera uma *posição de vulnerabilidade*.

Sendo assim, esse é um *subitem lexical* do termo *princípio de vulnerabilidade* descrito no artigo 4º do CDC. Para trazer uma explicação da função desse termo nos textos, buscamos em Miragem (2024) uma abordagem que possa mediar essa discussão. O autor inicia a discussão explicando que “o princípio da vulnerabilidade é o princípio básico que fundamenta a existência e a aplicação do direito do consumidor”, sendo assim, as normas estabelecidas pelo CDC só podem ser aplicadas se, na ocasião, a pessoa prejudicada estiver em condição de vulnerabilidade. Isso significa que é necessário haver uma situação de fraqueza, fragilidade do consumidor que seja verídica e concreta, visto que na relação de consumo, o consumidor é considerado a parte fraca, sendo, portanto, vulnerável.

O texto apresenta ainda um outro termo que requer bastante atenção por parte do consumidor, embora seja uma ação voltada para o fornecedor, cabe ao consumidor essa escolha. Neste caso, trata-se do termo *responsabilidade solidária*, o qual foi recorrente em nosso levantamento de dados. No texto, o termo aparece no seguinte trecho “fabricantes respondem pelos danos causados e, a depender do caso, a **responsabilidade** destes será **solidária** com outros integrantes da cadeia de fornecimento.” Observamos que há uma explicação sobre o que venha a ser *responsabilidade solidária*, mas a forma como o termo é descrito não parece muito adaptada para o cidadão. Na descrição dada por Nunes (2024), o autor explica que:

A norma estipulou expressamente a responsabilidade solidária, em conformidade com a lei substantiva pátria 181, deixando firmada a obrigação de todos os partícipes pelos danos causados, nos moldes também do Código Civil (art. 942182). Isso significa que o consumidor pode escolher a quem acionar: um ou todos. Como a solidariedade obriga a todos os responsáveis simultaneamente, todos respondem pelo total dos danos causados (Nunes, 2024, p. 159)

Nas palavras de Khouri (2021), o autor sintetiza a explicação por meio de um exemplo prático.

Pode ocorrer que acidente de consumo tenha sido causado por uma peça incorporada ao produto, como, por exemplo, o pneu de um carro. Não é a montadora que, obviamente, fabrica os pneus de seus carros. Entretanto, ela assume o risco pelo produto como um todo, como se o produto fosse um todo indivisível. Nesse caso, o fabricante direto do bem responde, bem como o fabricante específico da peça defeituosa, na qualidade de responsável solidário (Khouri, 2021, p. 207).

Diante das colocações acima, vemos o quanto pode ser complexo a abordagem das normas jurídicas. Estamos diante de uma lei que foi criada pensando no cidadão e que está sendo apresentada em páginas de internet, de forma a facilitar o acesso à informação, mas temos visto que isso é um processo que talvez não seja plenamente alcançado. Estamos diante de processo de divulgação do conhecimento especializado que está sendo interferido por fatores como o emprego e adequação da linguagem, o nível do discurso e a própria estrutura textual, permeada de sentenças curtas que requerem práticas de leitura, repertório de significados, e mesmo um conhecimento prévio de alguns termos.

Reconhecemos que são vários os aspectos que também podem interferir na compreensão das informações jurídicas, como os que foram citados acima. Contudo, é notório que a terminologia de uma área, da qual o cidadão leigo não tenha familiaridade, será um fator importante. Como explica Krieger (2009), a dificuldade do leitor leigo “vincula-se fortemente ao uso regular de uma terminologia específica da área de serviço buscado”, são ruídos comunicativos não sanados e que demandam um olhar mais atento, a fim de que não interfiram nos serviços públicos

Essas ponderações servem para mostrar que a ideia de acessibilidade nem sempre vai ser por conta da presença de um termo, mas também por outros fatores de ordem textual, discursivas, educacionais, enfim, fatores de diferentes dimensões. Para o texto acima, o produtor teve que reunir as informações e buscar referência na lei para consolidar as ideias apresentadas. Por estar imerso no campo jurídico, embora o site seja adaptado ao público leigo, vemos que a forma como o conhecimento está sendo divulgado pode não exercer a função comunicativa.

Lembrando ainda o que pondera Krieger (2009, p. 4), situações como estas podem fazer com que a interação sociocomunicativa seja prejudicada, pois a linguagem usada pelo cidadão é totalmente diferente da linguagem especializada. É uma contraposição nos níveis linguísticos, pois o cidadão “com raras exceções, não domina a terminologia específica, concomitantemente, não acede parcial ou plenamente à dimensão conceitual que todo termo técnico expressa.” Isso acaba sendo uma barreira na divulgação do conhecimento sobre os direitos básicos do consumidor, por isso é preciso pensar em maneiras acessíveis de disponibilizar as informações, dizendo em palavras mais simples o que seria “destinatárias finais”, por exemplo.

5.5.1 Prática abusiva

O termo *prática abusiva* já foi apresentado com explicações em algumas passagens deste trabalho, incluindo os tópicos de análise. Isso ocorreu devido a pertinência deste termo, as situações que foram informadas nos textos envolviam atividades realizadas que, pelo texto da lei, são consideradas como uma *prática abusiva*, o que justifica a sua presença em boa parte dos trechos analisados. Seguindo a abordagem que selecionamos neste capítulo, veremos antes o texto do Código de Defesa do Consumidor e a definição dada pela lei. É importante destacar que a lei não apresenta de forma direta uma definição, mas traz quatorze (14) exemplos do que pode ser considerado como uma *prática abusiva*.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994) I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos; II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes; [...] (Brasil, 1990).

A critério de entendimento, trazemos dois exemplos elencados na lei. Para ampliar a explicação desse termo, trazemos o que diz Santana (2018, p. 117), de que essa prática é entendida como “uma conduta que amplia a vulnerabilidade do consumidor, é o abuso da boa-fé, da inferioridade econômica ou da técnica do consumidor, lesando-o na esfera patrimonial e moral, ensejando uma indenização”. Neste sentido, podemos entender esse conceito como ações realizadas pelo fornecedor que venha violar os direitos básicos do consumidor.

O texto presente no quadro abaixo foi retirado do site da Secretaria Nacional do Consumidor (SENACON) e trata sobre uma situação envolvendo uma loja de roupas com o uso de sua tecnologia de recolhimento de informações. No trecho, destacamos apenas o termo *prática abusiva*, foco de análise e uma expressão que consideramos influenciar a compreensão do leitor.

Quadro 11 - Trecho do texto da SENACON - *Prática abusiva*.

Secretaria Nacional do Consumidor - SENACON
Conforme a Secretária Nacional do Consumidor, Juliana Oliveira Domingues, “o DPDC verificou que ocorreu violação do dever de informação e prática abusiva decorrentes da utilização de tecnologia para a coleta de dados de consumidores sem conhecimento prévio.” Embora a loja Hering Experience, localizada no Morumbi Shopping em SP, não possua

mais a tecnologia de detecção facial objeto da investigação, a decisão levou em consideração as possíveis violações ocorridas à época dos fatos. Nesse sentido, verificou-se que, do modo como ocorreu a utilização da tecnologia, sem que o consumidor soubesse que estava se submetendo à captação de sua imagem, para segundo o fornecedor, “propiciar uma melhor experiência de compra aos consumidores”, ofendeu vários direitos básicos previstos no Código de Defesa do Consumidor, além de configurar **prática abusiva**.

Fonte: site público da SENACON.

O primeiro parágrafo do texto é construído com a confirmação de uma fonte especializada para explicar que a atuação da empresa é considerada uma irregularidade perante a lei. Na situação apresentada, a descrição das práticas exercidas pela empresa é em relação a dois conceitos que apresentamos nos dados levantados nessa pesquisa, como vimos um é chamado *prática abusiva*. Quanto ao segundo termo, este é apresentado na expressão “violação do dever de informação”, uma forma de dizer que houve uma violação, ou seja, o não cumprimento do *direito à informação*, termo este apresentado no capítulo 6.

A empresa, ocupando nessa situação a função de fornecedor, tem a obrigação de informar ao consumidor tudo o que estiver relacionado com os produtos à venda. O autor do texto optou por não usar diretamente um termo da área, revertendo a ideia de direito para um dever que deve ser praticado pelo fornecedor. Neste sentido, surge a necessidade de analisar os termos nos mais diferentes espaços de circulação, como pontua Krieger (2018).

[...] os termos precisam ser examinados nos mais distintos meios de comunicação, pois não mais permanecem restritos ao ambiente das academias, aos laboratórios, bem como os espaços que fomentam a produção tecnológica. Ao contrário, a ciência e tecnologia integram a vida cotidiana da contemporaneidade e os termos passam a circular em larga escala como efeitos seja da divulgação científica, seja da publicidade de produtos tecnológicos (Krieger, 2018, p. 137).

Ao que se pode observar, em se tratando de aspectos linguísticos, *o dever de informação* aparece como uma variação terminológica do termo *direito à informação*. Não somente a presença do termo pode dificultar a leitura, mas também a forma como seus conceitos são apresentados, já que o termo não está restrito apenas aos meios jurídicos. É o que se observa nos textos analisados, que embora estejam inseridos em páginas públicas da internet, não podem ser considerados como restritos ao espaço acadêmico-científico.

5.5.2 Responsabilidade civil

O termo *Responsabilidade civil*, destacado no trecho presente no quadro abaixo, vem representar uma ação praticada pelo fornecedor na relação de consumidor. A lei não traz uma definição desse termo, a explicação é dada por meio de exemplos sobre prejuízos que um produto ou serviço possa causar ao consumidor. Neste caso, cabe ao fornecedor arcar com tais prejuízos. Para que chegássemos a esse entendimento, tomamos como base a afirmação de Cavalieri Filho (2022) de que a responsabilidade civil está descrita nos artigos 12 a 14; e 18 a 20 do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

Art. 12. O fabricante, o produtor, o construtor, nacional ou estrangeiro, e o importador **respondem**, independentemente da existência de culpa, **pela reparação dos danos causados aos consumidores** por defeitos decorrentes de projeto, fabricação, construção, montagem, fórmulas, manipulação, apresentação ou acondicionamento de seus produtos, bem como por informações insuficientes ou inadequadas sobre sua utilização e riscos (Brasil, 1990 - grifos nosso).

Khouri (2021, p. 187) explica que a *responsabilidade civil* é um direito reivindicado, ou seja, o consumidor tem o direito de solicitar indenização em “virtude de danos sofridos em decorrência de produtos ou serviços introduzidos no mercado de consumo, assim como de falhas na atuação negocial dos agentes econômicos no mercado.” Ou seja, trata-se de um direito de compensação.

Toda e qualquer reclamação relacionada à venda e compra de produtos e serviços, e que estes por algum motivo prejudiquem o consumidor, o fornecedor tem a obrigação de reparar, arcar com esse prejuízo. Então, caso a pessoa compre algo que venha com defeito ou não apresente instruções de uso de forma clara, o fabricante ou importador tem a obrigação de compensar o consumidor. Isso ocorre mesmo se o “**fabricante, o produtor, o construtor,** nacional ou estrangeiro, e o importador” não tenham o propósito de prejudicar o consumidor, ainda assim, deverão recompensá-lo.

Para consolidar os conceitos de cada termo e trazer uma abordagem mais acessível para este trabalho, tivemos que recorrer não somente aos dicionários, mas também a cursos e programas do Direito do Consumidor. Isso mostra que para entender o texto de uma lei requer muita atenção, e quando o leitor leigo se depara com a presença de um termo sem uma explicação e exemplos, isso pode acabar comprometendo o objetivo da divulgação científica. Como no caso do texto abaixo, que aparece com alguns termos sem uma explicação precisa.

O texto informa sobre uma atividade praticada pelo Banco do Nordeste em relação à concessão de empréstimos aos clientes, sem que estes tivessem solicitado pela quantia que foi disponibilizada. Pela temática apresentada, já se percebe que é um assunto que pode ser difícil de compreender, por parte de determinados leitores. Essa dificuldade é aumentada pela própria estrutura do texto, que se constitui de citações de especialistas sem uma simplificação da informação, além de sentenças longas e o uso de termos sem uma adaptação.

Quadro 12 - Trecho do texto do TJDF - *Responsabilidade civil*.

Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios - TJDF
Banco deverá pagar em dobro parcelas de empréstimo cobradas indevidamente de cliente A 2ª Turma Cível do Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT) manteve decisão que declarou inexistente contrato de empréstimo feito indevidamente pelo Banco Bradesco S/A. Além disso, a empresa deverá restituir em dobro os valores que já foram pagos pela cliente. De acordo com o processo, em 22 de abril de 2022, uma mulher recebeu mensagem do banco oferecendo-lhe um empréstimo no valor de R\$ 15.692,26. Apesar de a proposta ter sido recusada, o valor foi indevidamente creditado em sua conta. A autora afirma ainda que a instituição bancária se negou a fornecer as informações necessárias para solucionar o problema. Segundo o banco, o contrato de empréstimo foi firmado com o consentimento da cliente. Alega que ela “aceitou e concordou com os termos e condições do contrato de empréstimo firmado, o que torna o depósito em sua conta e os descontos realizados pela apelante devido[...]”. Na decisão, a Turma declarou que o banco permitiu que a cliente fosse indevidamente cobrada e não reconheceu a existência de irregularidade, mesmo depois de a mulher ter informado o incidente pela via administrativa. Explicou também que o engano justificável não foi demonstrado. “O dever de devolução em dobro, em última análise, terá seu fundamento na responsabilidade civil do fornecedor pelos riscos do negócio, no qual se inclui a eventualidade de cobrança de quantias incorretas e indevidas do consumidor”, declarou o Desembargador Relator.

Fonte: site público do TJDF.

Esse texto deveria ser compreendido por qualquer pessoa, considerando o fato de que é uma situação noticiada para o público diverso. Embora tenhamos trechos que a leitura pareça clara, como em “uma mulher recebeu mensagem do banco oferecendo-lhe um empréstimo no valor de R\$ 15.692,26”, há trechos possivelmente complexos, como “valor foi **indevidamente creditado** em sua conta”, e ainda “aceitou e concordou com os termos e condições do contrato de empréstimo firmado, o que torna o depósito em sua conta e os

descontos realizados pela **apelante devido**[...]”. Sendo este último, a fala direta realizada pelos representantes do banco envolvido na ação.

Essas observações fazem refletir o quanto é preciso tornar um texto mais fácil e promover a acessibilidade textual e terminológica. Concordamos com as palavras de Finatto (2020, p. 83) de que pensar a acessibilidade é primordial na sociedade, “ser compreendida como algo que não é nem condição, nem processo, mas, sim, um ideal de bom funcionamento de um dado tipo de texto para um dado perfil de leitor”. Esse objetivo é o que se busca no espaço do Direito, uma área que demanda muito conhecimento, por ser uma maneira particular de comunicação, muitas vezes considerada por muitos como se falasse um outro idioma e que necessita de uma tradução específica e uma mediação conceitual.

O trecho em que é destacado o termo *Responsabilidade civil* é caracterizado como uma explicação dessa unidade. É certo que se trata da fala de um especialista que descreve que a realização de devolução do dinheiro é considerada como *responsabilidade civil*, conforme vimos nas definições apresentadas no início deste tópico. Como o texto informa sobre uma decisão judicial, há a presença de citação direta embasando o teor da informação. Temos que concordar que esse tipo de citação é mais comum em textos científicos, e no caso de textos jurídicos é usada para apresentar uma fundamentação legal de alguma autoridade.

O problema que apresentamos não está somente no fato do texto ser construído dessa forma, mas de não haver em determinadas passagens uma abordagem mais direcionada ao público leigo. Estamos tratando de textos que são voltados para o público em geral, mesmo que textos como estes estejam em página de internet muito utilizada por especialistas ou aprendizes e conhecedores da área. Levando em consideração esses levantamentos, concordamos com Serra (2024) quando o autor trata sobre o espaço em que os textos se encontram. Por estarem disponibilizados em sites institucionais, podemos entender que “faz parte de um processo, projeto de divulgação científica, em que a população, e não apenas os próprios especialistas da área, desejam saber sobre as novidades da ciência” (Serra, 2024, p. 9).

Ainda com base em Serra (2024), é necessário entender que o conhecimento científico é destinado também para a sociedade, por mais que seja produzido por um grupo de pesquisadores. Temos que considerar que vivemos em uma sociedade com direitos e deveres. Então, como temos visto ao longo deste trabalho, ter acesso à informação é direito básico de todo cidadão, o que garante o acesso também a outras áreas de conhecimento e ao desenvolvimento de ações sociais e culturais presente na sociedade.

A análise realizada nos textos institucionais é uma das formas de mostrar a necessidade e importância da acessibilidade textual e terminológica para o público leigo. É preciso pensar como as informações sobre direitos básicos do consumidor chegam aos cidadãos e como a Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) contribui para essa finalidade. Diante da complexidade que um texto pode apresentar, há também uma diversidade de “processos de simplificação que podem ser aplicados a um texto de temática científica que se apresente, em potencial, originalmente complexo para um leitor brasileiro adulto com escolaridade limitada e pouco hábito de leitura” (Finatto, 2020, p. 83).

Nesse sentido, ainda com base em Finatto (2020), todo texto ao qual passe por um processo de adaptação será pensado para um público em específico. Cabendo então considerar o suporte, o caráter informativo e a própria estrutura textual e os níveis do discurso. Cada texto é dirigido e moldado de acordo com a necessidade do público leitor, assim como os recursos a serem utilizados na sua construção, o canal da mensagem e os objetivos comunicativos.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A linguagem jurídica pode estar presente em diferentes meios de comunicação, sejam eles governamentais ou não, e até mesmo fora de instituições jurídicas. Ao longo das reflexões deste trabalho, observou-se a dimensão que acessibilidade textual e terminológica pode alcançar na sociedade, pensando nas lacunas existentes entre os direitos fundamentais do cidadão, em especial, o direito à informação, que pode ser visto como pilar de alcance para os demais direitos básicos e de uma sociedade verdadeiramente democrática. Isso porque ao exercer o direito à informação, contemplamos juntamente outros direitos fundamentais. Mas para que isso seja possível, é preciso pensar numa sociedade informada, que tenha acesso aos conhecimentos científicos e que possa usufruir desses dados para um bem maior.

Durante a coleta e análise dos textos que compõem nosso corpus de pesquisa, observamos que os sites disponibilizam muitas informações sobre os direitos dos consumidores, apresentando situações e fatos que ocorrem nos conflitos de consumo, como: danos causados aos consumidores, ocultação ou irregularidades de informações dos produtos e serviços, cobranças que não são condizentes com o que determina o Código de Defesa do Consumidor, dentre outros. Com isso, vemos que o cidadão está a todo tempo diante de situações que podem causar violação de seus direitos. Por isso, é preciso manter-se informado, ter conhecimento do que determina a lei, mas, conforme mostramos inicialmente nesta pesquisa, há termos que são propícios ao âmbito jurídico que podem apresentar uma certa complexidade textual para os leitores.

Destacamos ainda alguns desafios que encontramos ao longo do desenvolvimento desta pesquisa por trabalhar com a área do Direito do Consumidor, o que exigiu uma compreensão aprofundada da sua atuação na sociedade, além do entendimento de cada um dos seus conceitos. Essa dificuldade se deu em virtude de encontrar uma definição específica nos textos da lei, tendo em vista que o Código de Defesa do Consumidor (CDC) apresenta os termos, muitas vezes, apenas por meio de exemplos, como é caso do termo *Responsabilidade civil* em que encontramos exemplos práticos de atuação do fornecedor que são definidas como responsabilidade civil. Isso nos levou a um outro desafio, encontrar formas de traduzir o texto da lei e até mesmo as definições apresentadas em dicionários jurídicos, uma vez que as definições apresentadas no capítulo de análise visam direcionar as informações de maneira mais didática, mais acessível ao leitor, sem apresentar ruídos na comunicação. Mesmo diante desses desafios, entendemos que foi um percurso necessário e impulsionador em direção ao cumprimento do acesso à informação, tornando o conhecimento científico mais acessível.

Com isso, é importante pensar a função da Terminologia, sobretudo nas discussões que trazemos a respeito da acessibilidade textual que é uma pauta nos estudos terminológicos. Isso vale para nos lembrar que temáticas como o direito do consumidor é algo que perpassa a todos, que de alguma forma precisam recorrer a textos disponibilizados na internet para sanar suas dúvidas. Então, trazer essas questões para o campo da Terminologia faz-se pertinente, uma vez que essa ciência olha para os termos e suas funções dentro dos textos, permitindo observar como o emprego de terminologias em textos para leigos pode ser prejudicial no entendimento dos dados apresentados.

Tendo em vista a abordagem tomada nesta pesquisa e a discussão apresentada, este é um trabalho que muito contribuirá para pensar a acessibilidade ao público leigo. É uma das primeiras pesquisas voltadas para a discussão do Direito do Consumidor (DC) na perspectiva da Acessibilidade Textual e Terminológica (ATT) que é uma área que está em ampliação. É um trabalho que trata da necessidade de tornar os textos de sites institucionais mais acessíveis ao público-alvo. Essa abordagem contribui não só para a ampliação da ATT, como também aponta as dificuldades de leitura e compreensão encontradas nos textos especializados.

Com a realização desta pesquisa, esperamos que seja possível contribuir para a continuidade de estudos em acessibilidade textual e terminológica no âmbito do Direito do Consumidor e auxiliar com uma iniciativa de construção de uma base de dados de termos do Direito do Consumidor. E a partir dos dados levantados, esperamos que seja possível a construção de uma ferramenta de acessibilidade ao leitor leigo, como um glossário ou dicionário especializado. Como sugestão, pensar uma página de internet voltada para esse público, onde contenha um mapa conceitual com termos e ao clicar apareçam explicações e exemplos práticos sobre o termo. Além de outros recursos dentro desse site, como: alternativas visuais, auditivas e informações usando uma linguagem simples.

Esse trabalho aponta para um ponto crucial, que é a cidadania e o direito da sociedade, uma vez que tornar os textos mais acessíveis promove a cidadania e a garantia de que os cidadãos possam exercer seus direitos básicos. Quando os textos institucionais são acessíveis, isso é uma forma de contribuir com o entendimento por parte dos leitores em relação aos seus direitos e problemas nos contextos de consumo. Isso pode permitir uma maior participação do cidadão na sociedade, tornando-a mais inclusiva.

Além disso, essa pesquisa denuncia um caso que tem sido pensado pela sociedade como um todo, que é o acesso à informação na era da informação e os direitos fundamentais. Observamos ao longo das discussões que ainda existem barreiras para garantir o acesso ao

conhecimento, é preciso promover iniciativas de inclusão digital de forma a democratizar o acesso à informação que é um direito básico de todo cidadão.

Dessa forma, este trabalho aponta para a necessidade de uma simplificação textual de modo a permitir o acesso às informações relevantes no âmbito jurídico e que podem mudar a vida das pessoas. Por isso, é importante pensar para os trabalhos futuros, um teste de compreensão de textos, como os selecionados para análise, tendo em vista que são textos mais próximos da realidade de muitos leitores.

REFERÊNCIAS

ALVES, Ieda Maria. **Socioterminologie. Une approche sociolinguistique de la terminologie.** Tradterm, São Paulo, Brasil, v. 9, p. 229–232, 2003. DOI: 10.11606/issn.2317-9511.tradterm.2003.49092. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/tradterm/article/view/49092>. Acesso em: 15 out. 2024.

BARROS, L. A. **Aspectos epistemológicos e perspectivas científicas da terminologia.** Cienc. Cult. Cienc. Cult. vol.58 no.2 São Paulo Apr./June 2006, p. 22-26. Disponível em: http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0009-67252006000200011. Acesso em: 27 de novembro de 2023.

BOCORNÝ FINATTO, M. J.; MOTTA, E. **Terminologia e Acessibilidade: novas demandas e frentes de pesquisa.** Revista GTLex, Uberlândia, v. 2, n. 2, p. 316–356, 2017. DOI: 10.14393/Lex4-v2n2a2017-6. Disponível em: <https://seer.ufu.br/index.php/GTLex/article/view/44063>. Acesso em: 16 maio. 2024.

BUENO, W. C. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais.** Informação & Informação, [S. l.], v. 15, n. 1 esp., p. 1–12, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 7 de jan.. 2024.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988.** CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Brasília, DF, 1988. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 10 de janeiro de 2024.

BRASIL. **Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.** Dispõe sobre a proteção do consumidor e outras providências. Brasília, DF, 1990. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078compilado.htm. Acesso em: 05 de janeiro. 2024

BRASIL. **Lei nº 14.129, de 29 de março de 2021.** Dispõe sobre princípios, regras e instrumentos para o Governo Digital e para o aumento da eficiência pública e altera a Lei nº 7.116, de 29 de agosto de 1983, a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), a Lei nº 12.682, de 9 de julho de 2012, e a Lei nº 13.460, de 26 de junho de 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2021/lei/l14129.htm. Acesso em: 10 de dezembro de 2023.

BRASIL. Ministério da Justiça e Segurança Pública. **Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon).** Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor/>. Acesso em: 20 de novembro de 2023.

BRASIL. Tribunal de Justiça do Distrito Federal e dos Territórios (TJDFT). **Notícias.** Distrito Federal (Brasília). Disponível em: https://www.tjdft.jus.br/@@search?portal_type%3Alist=News+Item&SearchableText=direito+do+consumidor&selected=News+Item&sort_on=Date. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

CABRÉ MT, Bach C, Castellà JM, Martí J. **La caracterización lingüística del discurso especializado**. En: Mairal R, et al. IRAL, R. et. al., editores. Aprendizaje de lenguas, uso del lenguaje y modelación cognitiva: perspectivas aplicadas entre disciplinas. Actas del XXIV Congreso Internacional de AESLA (Asociación Española de Lingüística Aplicada). Madrid: UNED-AESLA; 2007. p. 851-57. ISBN 978-84-611-6897-2. Disponível em: Microsoft Word - cabre_bach_castella_marti_2007.doc. Acesso em : 28 de outubro de 2024

CABRÉ, M. T. **A Terminologia, uma disciplina em evolução: passado, presente e alguns elementos de futuro**. Debate Terminológico, [S. l.], n. 01, 2011. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/riterm/article/view/21286>. Acesso em: 15 de dezembro de 2023.

CABRÉ, M. T. **La Terminología: Representación y comunicación: Elementos para una teoría de base comunicativa y otros artículos**. Barcelona: Institut Universitari de Lingüística aplicada, 1999.

CABRÉ, M. T. (2002) «**Textos especializados y unidades de conocimiento: metodología y tipologización**». En: García Palacios, Joaquín; Fuentes, M. Teresa (eds). Texto, terminología y traducción. Salamanca: Ediciones Almar, p. 15- 36.

CAVALIERI FILHO, Sergio. **Programa de direito do consumidor**. – 6. ed. – Barueri [SP]: Atlas, 2022.

CIAPUSCIO, Guiomar.; KUGUEL, Inés. **Hacia una tipología del discurso especializado: aspectos teóricos y aplicados**. In: PALACIOS, J. García.; FUENTES, M. Teresa. (Editores). Entre la terminología, el texto y la traducción (2002), Salamanca, Almar. 37-73. Acesso em: 20 de abril de 2023.

CIAPUSCIO, G. E. **La Terminología desde el Punto de Vista Textual: Selección, Tratamiento y Variación**. Organon, Porto Alegre, nº 26, 1998. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/organon/article/download/29558/18258/114428>. Acesso em: 20 de abril de 2023.

CIAPUSCIO, Guiomar. **Textos especializados y terminología**. In: _____. Capítulo 1. Fundamentos Teóricos. Barcelona: IULA, 2003. p. 19-35. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/713821674/CIAPUSCIO-Textos-especializados-y-terminologia>. Acesso em: 10 de maio de 2024.

DINIZ, Maria Helena. **Dicionário jurídico universitário**.– 4. ed. – São Paulo : Saraiva Educação, 2022.

FINATTO, M. J. **Acessibilidade Textual e Terminológica, o que é isso?**. In. FINATTO, M. J. B.; PARAGUASSU, L. (Orgs). Acessibilidade e Textual e Terminológica. Uberlândia: EDUFU, 2022. FINATTO, M. J.B. Acessibilidade Textual e Terminológica: o que é isso? In. FINATTO, M. J. B.; PARAGUASSU, L. (Orgas). Acessibilidade e Textual e Terminológica. Uberlândia: EDUFU, 2022, p. 16-40.

HOFFMANN, L. **Conceitos básicos da Linguística de Linguagens Especializadas**. Tradução: Maria José Bocorny Finatto Revisão: Cristiane Krause Kilian e Leonardo Zilio. In. FINATTO, Maria José Bocorny. Textos e termos por Lothar Hoffmann / Maria José Bocorny Finatto, Leonardo Zilio. – Porto Alegre: Pallotti, 2015. 256 p. ; 23 cm.

FISCHER, H. **Impactos da Linguagem Simples na compreensibilidade de serviços públicos digitais: o caso de um benefício do INSS**. 263 f. Dissertação (Mestrado). Rio de Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-RIO, Departamento de Artes e Design, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=53277@1>. Acesso em: 30 out. 2024.

GUIMARÃES, Luciana Helena Palermo de Almeida. A SIMPLIFICAÇÃO DA LINGUAGEM JURÍDICA COMO INSTRUMENTO FUNDAMENTAL DE ACESSO À JUSTIÇA. Publ. UEPG Ci. Hum., Ci. Soc. Apl., Ling., Letras e Artes, Ponta Grossa, 20 (2): 173-184, jul./dez. 2012. Acesso em: 10 de dez. de 2024. Disponível em: A SIMPLIFICAÇÃO DA LINGUAGEM JURÍDICA COMO INSTRUMENTO FUNDAMENTAL DE ACESSO À JUSTIÇA. Doi: 10.5212/PublicatioHuma.v.20i2.0006 | Publicação UEPG: Ciências Humanas, Linguística, Letras e Artes - ATIVIDADES ENCERRADAS.

INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR (IDEC). **Seus direitos**. Disponível em: <https://idec.org.br/>. Acesso em: 10 de nov. de 2023.

GAUDIN, F. **Socioterminologia: um itinerário bem-sucedido**. In: ISQUERDO, A. N.; DAL CORNO, G. O. M. As ciências do léxico: lexicologia, lexicografia e terminologia, v. 7. Campo Grande – MS: ED UFMS, 2014. p. 293-310.

KRIEGER, M. da G. TERMINOLOGIA TÉCNICO-CIENTÍFICA EM ESPAÇO PÚBLICO: QUE TERMINOLOGIA É ESSA?. *Revista da Anpoll*, [S. l.], v. 1, n. 26, 2009. DOI: 10.18309/anpoll.v1i26.133. Disponível em: <https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/133>. Acesso em: 15 out.. 2024.

KHOURI, Paulo R. **Roque A. Direito do consumidor: contratos, responsabilidade civil e defesa do consumidor em juízo** / Paulo R. Roque A. Khouri. – 7. ed. – São Paulo: Atlas, 2021.

KRIEGER, M. DA G.; FINATTO, M. J. B. **Introdução à Terminologia: teoria e prática**. - 2. ed. - São Paulo: Contexto, 2021.

KRIEGER, M. DA G. Terminologia técnico-administrativa: os termos no espaço público brasileiro. In: *Filol. linguíst. port.*, n. 12(2), p. 313-328, 2010. *A variação na terminologia da nanociência/n*. Acesso em: 7 de setembro de 2024. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-9419.v12i2p313-328>

LUZ, Valdemar P. da. **Dicionário jurídico** / Valdemar P. da Luz. - 5. ed. - Barueri [SP] : Manole, 2022.

MACIEL, Anna Maria Becker. **Para o reconhecimento da especificidade do termo jurídico**. Disponível em: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Acesso em: 20 de setembro de 2024

MASSOLA, Gustavo Martineli.CROCHÍK, José Leon.SVARTMAN, Bernardo Parodi . **Por uma crítica da divulgação científica**. EDITORIAL • Psicol. USP 26 (3) • Sep-Dec 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-656420152603>. Acesso em: 10 de janeiro de 2024

MIRAGEM, Bruno. **Curso de direito do consumidor**.- 9. ed. - Rio de Janeiro: Forense, 2024. 1304 p. ; 24 cm.

MOTTA, E. Índices de complexidade textual em sentenças dos juizados especiais cíveis do poder judiciário do estado do rio grande do sul. **Inventário**, [S. l.], n. 21, p. 35–50, 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/inventario/article/view/23570>. Acesso em: 16 de abr. 2024.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor**. – 14. ed. – São Paulo: Saraiva Educação, 2021. 976 p.

NUNES, Rizzatto. **Curso de direito do consumidor** / Rizzatto Nunes. - 15. ed. - São Paulo : SaraivaJur, 2024. ePUB. ISBN: 978-85-5362-337-2 (e-book).

PEREIRA, Amanda Henrique. **A terminologia do Direito do Consumidor em foco: Uma proposta Terminográfica**. Araraquara, 2022. 189 p. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências e Letras.

PEREIRA, Gabriel Pereira; SERRA, Luís Henrique. Considerações a respeito da identidade da Terminologia como campo da Linguística. **Revista Contexto Linguístico**, n. 33, v. 16, p.78-93, 2022. DOI: <https://doi.org/10.47456/cl.v16i33.37629>.

SANTIAGO, Márcio Sales; KRIEGER, Maria da Graça. Terminologia a serviço da informação: rede de palavras-chave para artigos de divulgação científica da Medicina. **Calidoscópio**, vol. 7, núm. 3, 2009, pp. 237-242, DOI: 10.4013/cld.2009.73.07. Acesso em: 20 de novembro de 2024. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571561888008>.

SERRA, Luís Henrique. Termos técnicos em textos de divulgação da ciência: uma análise nos textos dos sites de notícias de instituições de ensino superior e pesquisa do Maranhão. In. CURVELO, H. R.; LIMA, P. S.; NERIS, W. S. (orgs) **Linguagem, Cultura e Discurso**. V. 6. São Paulo: Pé de Palavra, 2024a, p.30-43.

SERRA, Luís Henrique. O texto especializado em terminologia – Considerações sobre um objeto de estudos complexo. In. Araújo, Naiara Sales; CARNEIRO, Monica Fontenelle; SANDANELLO, Franco Baptista. **Linguagem, Cultura e Discurso**, v. 8. São Luís, EDUFMA, 2024b, p. 109-129.

SIDOU, J. M. O. **Dicionário Jurídico**. Academia Brasileira de Letras Jurídicas / Organização J. M. Othon Sidou ...[et.al]. - 11. ed., rev. e atual. - Rio de Janeiro : Forense, 2016.

VALERIO, Palmira Moriconi.; PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro. Da comunicação científica à divulgação. **TransInformação**, Campinas, 20(2): 159-169, maio/ago., 2008. Disponível em: <https://periodicos.puc-campinas.edu.br/transinfo/article/download/6255/3952>. Acesso 10 de janeiro de 2024.

WAQUIL, Marina. **Terminologia** [recurso eletrônico] / Marina Waquil, Asafe Cortina, Liana Paraguassu ; ; [revisão técnica: Laís Medeiros]. – Porto Alegre : SAGAH, 2017.