



## A inconveniência da taxa de conveniência

Marcos Catalan

Universidade LaSalle, Canoas, RS, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-4775-7161>

Dionísio transita, deslumbrante, pelas principais metrópoles do mundo.

Dança por suas praças, vielas, ruas e avenidas, diverte-se à exaustão em seus bosques e parques, deleita-se em suas praias e ilhas e, também, em seus viadutos, autódromos, hipódromos e, até mesmo, por sobre o asfalto que cobre o chão ao redor dos *shopping centers*. Ele vibra em sintonia com a multidão que ocupa ginásios e estádios de futebol ao se deixar levar pelo movimento estroboscópico de luzes que parecem incansáveis e pela diversidade de sons que ditam o ritmo em tais espaços. E ainda tem energia para transitar por bares, clubes e danceterias da moda.

O deus do vinho e da alegria – a personagem é vivida, dia após dia, por um número incomensurável de seres demasiadamente humanos – atravessa portas que nunca foram portas, ocupa espaços reciclados, reformados e, muitas vezes, ressignificados em sua totalidade – mesmo quando devam *voltar a ser abóboras* poucas horas mais tarde –, vaga à procura de outros e a procura de si mesmo<sup>1</sup> através de prédios públicos e privados e voa, voa sem ter asas, flutuando por *rooftops* com vistas extasiantes que exalam os aromas do prazer.

Um milhão e meio de eufóricos franceses bailaram com ele, pela *Champs-Élysées*, naquele fatídico – ao menos, para nós, brasileiros – 12.07.1998, celebrando prazeres que para muitos são intraduzíveis. Abertas as portas do Século XXI, por ocasião das diversas edições da *Love Parade* em Berlim, foi capaz de mobilizar, com pequena oscilação, igual número de pessoas. Mobilizar, não imobilizar, bem percebam. Nas ruas da capital alemã – e de outras tantas cidades espalhadas pelo planeta –, a Dionísio coube inflamar as almas e, ao *techno*, os corpos<sup>2</sup> de um número incontestavelmente gigantesco de seres humanos à procura de deliciosa exaustão.

<sup>1</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007. p. 252.

<sup>2</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007. p. 252.

Apenas para ilustrar um pouco melhor as futuras reflexões, outras três milhões de pessoas coloriram, no dia 23.06.2019, a Avenida Paulista, conhecido cartão postal da maior cidade brasileira. Irradiando os tons do arco-íris, elas buscavam festejar, melhor, procuravam celebrar o orgulho LGBTI+<sup>3</sup> e, bastante provavelmente, as alegrias fundidas ao exercício de um sem número de liberdades positivas<sup>4</sup>.

É preciso anotar – antes de prosseguir – que tanto a racionalidade impregnada às celebrações comunitárias como o sentido social que pode ser historicamente atribuído às festas foram profundamente alterados pelas sístoles e diástoles que movimentam a Sociedade de Consumo.

Sabe-se que, em sua definição mais corrente, a festa tem por objeto celebrar uma divindade, um ser, um acontecimento a que a coletividade atribuiu uma importância toda particular. Maneira de perpetuar a lembrança e de conservar vivas as tradições, a festa tinha como centro de gravidade temporal o passado [religioso ou histórico]. Em relação a esse modelo, muitas das festividades contemporâneas têm como característica estar menos encarregada de manter a vitalidade dos elementos essenciais da cultura coletiva que animar o presente dos indivíduos. [...] O que conta é menos o fenômeno que se comemora do que o divertimento para o qual ele é o pretexto, menos a recordação do passado que a hedonização do presente. Por toda parte, as festas são dominadas pela lógica dos lazeres, dos espetáculos e do consumo: a festa tradicional ou memorial foi substituída pela festa consumista ou frívola centrada no presente<sup>5</sup>.

Hodiernamente, o *homo festivus* parece buscar a experimentação de algo bastante raro: a companhia do outro, dos outros. Ele vaga em espaços como os que foram descritos nos parágrafos anteriores prospectando compartilhar emoções, esperando “vibrar em unísono com a coletividade”. Um ser que flana por tais atmosferas, muitas vezes, à procura de “uma gama de alegrias não encontráveis nas prateleiras das lojas e dos supermercados”<sup>6</sup>, de bar em bar, de festa em festa, acreditando estar liberto dos grilhões forjados no Medievo, crendo ter se libertado de amarras morais que parecem ter se arrastado, considerado o tempo medido por *Chronos*, para muito além da Era Vitoriana.

O *homo festivus* comemora, ainda, o reconhecimento – em muitas *Cartas de Direitos* – de titularidades descritas como novas, como a que permite acesso ao lazer e, não sem efervescente discussão teórica, à felicidade<sup>7</sup>.

Como se pode, o cenário preparado nos parágrafos anteriores comporta um sem número de reflexões. Discussões que vão de litígios entre vizinhos – dentre outros motivos, por conta da poluição sonora –, passam por aspectos afetos aos processos de zoneamento e planejamento urbano, tangenciando, eventualmente, o fenômeno da gentrificação e, que incomodam bastante quando se tem em mente o

<sup>3</sup> PINHONI, Marina. Parada LGBT de 2019 movimentou R\$ 403 milhões em SP, diz prefeitura. **G1 SP**, Rio de Janeiro, 29/06/2019. Capturado em <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/06/29/23a-parada-lgbt-movimentou-r-403-milhoes-em-sao-paulo-diz-prefeitura.ghtml>> em 21.09.2019.

<sup>4</sup> PIANOVSKI RUZIK, Carlos Pianovski. *Institutos fundamentais do direito civil e liberdade(s): repensando a dimensão funcional do contrato, da propriedade e da família*. Rio de Janeiro: GZ, 2011.

<sup>5</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007. p. 253.

<sup>6</sup> LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Cia das Letras, 2007. p. 254.

<sup>7</sup> LEAL, Saul Tourinho. **Direito à felicidade: história, teoria, positividade e jurisdição**. 2013. 357 f. Tese (Doutorado em Direito Constitucional), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2013.

consumo excessivo de álcool e (ou) de outras drogas em tais espaços públicos e privado, em especial, quando se percebe que seus usuários não são apenas adultos e se sabe como podem fazer mal a nossas crianças, adolescentes e jovens.

Tal ambiente permite, ademais, pensar a recentíssima discussão acerca do uso de *softwares* de reconhecimento facial enquanto parte do protocolo de acesso aos referidos espaços, do uso, portanto, de tecnologia que identifica aqueles que poderão (ou não) entrar nas festas<sup>8</sup>, questão, aliás, que estimulou o surgimento da campanha intitulada *ban facial recognition*. O movimento, encampado pela sociedade civil, tem por lastro a ofensa a um sem número de liberdades civis e, portanto, a violação de direitos ameaçados pela – aparentemente – incontrolável difusão de sistemas de videocontrole e de videovigilância<sup>9</sup>.

A imagem adiante alocada é bastante esclarecedora e revela muitas das razões que permitem afirmar que é preciso atentar para a falaciosa troca de liberdade por cerebrina segurança<sup>10</sup> e, ainda, que tampouco existe qualquer sinalagma digno de proteção no escambo – cotidianamente proposto e promovido pelo Mercado – de dados pessoais sensíveis por maior trânsito pelas redes sociais ou acesso mais rápido às casas de Baco.

### Imagem 01



Fonte: <https://www.banfacialrecognition.com/festivals/infographic.jpg>

<sup>8</sup> Ban facial recognition at live shows. **Fight for the future**, 2019. Capturado em <<https://www.banfacialrecognition.com/festivals/>> em 22.09.2019.

<sup>9</sup> CATALAN, Marcos. The diffusion of the video surveillance system in the contemporary urbe: Argus Panoptes, electronic brains and their connections with the violation of liberties and equalities. **Revista Jurídica Luso-Brasileira**, v. 4, p. 1029-1045, 2018.

<sup>10</sup> CATALAN, Marcos. Avanço da técnica e afetação da vida privada no espaço público. **Revista Direitos Humanos e Democracia**, v. 6, p. 455-464, 2018. DE 'CARLI, Natália. La frontera del miedo global: proteger para ser. In RODRIGUEZ, José Exequiel Basini et al (Org.). **Cidades, fronteiras e mobilidade humana**. Manaus: EDUA, 2014. p. 158.

O roteiro a ser seguido a partir daqui, entretanto, é outro, e levará quem tiver contato com o texto a (re)visitar aquela que parece ser a alternativa normativa mais escorreita dentre as que surgem na sobreposição dos muitos argumentos – nem sempre, acertados – suscitados por ocasião de importante decisão proferida, recentemente, pelo Superior Tribunal de Justiça.

A trilha a ser percorrida, nesse contexto, tangencia interessante acórdão que ao julgar o pedido formulado pela Associação de Defesa dos Consumidores do Rio Grande do Sul, no último mês de março, reconheceu, não apenas a *inconveniência*, mas a *ilegalidade* da taxa de conveniência a partir de aspectos como os que são adiante ementados.

[...] Cuida-se de ação coletiva de consumo na qual se pleiteia, essencialmente: (a) o reconhecimento da ilegalidade da cobrança de “taxa de conveniência” pelo simples fato de a recorrida oferecer a venda de ingressos na *Internet*; (b) a condenação da recorrida em danos morais coletivos e (c) a condenação em danos materiais, correspondentes ao ressarcimento aos consumidores dos valores cobrados a título de taxa de conveniência nos últimos 5 (cinco) anos [...] 3. O propósito recursal é determinar se: [...] (b) a disponibilização da venda de ingressos de espetáculos culturais na *Internet* é facilidade que efetivamente beneficia os consumidores; (c) existe abusividade na cobrança de “taxa de conveniência” aos consumidores; (d) ocorre venda casada pela disponibilização desse serviço associado à aquisição do ingresso [...] 5. A essência do microsistema de defesa do consumidor se encontra no reconhecimento de sua vulnerabilidade em relação aos fornecedores de produtos e serviços, que detêm todo o controle do mercado, ou seja, sobre o que produzir, como produzir e para quem produzir, sem falar-se na fixação de suas margens de lucro. 6. O CDC adotou formas abertas e conceitos indeterminados para definir as práticas e cláusulas abusivas, encarregando o magistrado da tarefa de examinar, em cada hipótese concreta, a efetiva ocorrência de referidas práticas ilegais. 7. A boa-fé objetiva é uma norma de conduta que impõe a cooperação entre os contratantes em vista da plena satisfação das pretensões que servem de ensejo ao acordo de vontades que dá origem à avença, sendo tratada, de forma expressa, no CDC, no reconhecimento do direito dos consumidores de proteção contra métodos comerciais coercitivos ou desleais bem como práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos ou serviços (art. 6º, IV, do CDC). 8. Segundo a lesão enorme, são abusivas as cláusulas contratuais que configurem lesão pura, decorrentes da simples quebra da equivalência entre as prestações, verificada, de forma objetiva, mesmo que não exista vício na formação do acordo de vontades (arts. 39, V, 51, IV, § 1º, III, do CDC). 9. Uma das formas de violação da boa-fé objetiva é a venda casada (*tying arrangement*), que consiste no prejuízo à liberdade de escolha do consumidor decorrente do condicionamento, subordinação e vinculação da aquisição de um produto ou serviço (principal – *tying*) à concomitante aquisição de outro (secundário – *tied*), quando o propósito do consumidor é, unicamente, o de obter o produto ou serviço principal. 10. A venda casada “às avessas”, indireta ou dissimulada consiste em se admitir uma conduta de consumo intimamente relacionada a um produto ou serviço, mas cujo exercício é restringido à única opção oferecida pelo próprio fornecedor, limitando, assim, a liberdade de escolha do consumidor. Precedentes. 11. O CDC prevê expressamente uma modalidade de venda casada, no art. 39, IX, que se configura em razão da imposição, pelo fornecedor ao consumidor, da contratação indesejada de um intermediário escolhido pelo fornecedor, cuja participação na relação comercial não é obrigatória segundo as leis especiais regentes da matéria. 12. A venda do ingresso para um determinado espetáculo cultural é parte típica e essencial do negócio, risco da própria atividade empresarial que visa [sic] o lucro e integrante do investimento do fornecedor, compondo, portanto, o custo básico embutido no preço. 13. Na intermediação por meio da corretagem, como não há relação contratual direta entre o corretor e o terceiro (consumidor), quem deve arcar, em regra, com a remuneração do corretor é a pessoa com quem ele se vinculou, ou seja, o incumbente. Precedente. 14. A assunção da dívida do fornecedor junto ao intermediário exige clareza e transparência na previsão contratual acerca da transferência para o comprador (consumidor) do dever de pagar a comissão de

corretagem. Tese repetitiva. 15. Na hipótese concreta, a remuneração da recorrida é integralmente garantida por meio da “taxa de conveniência”, cobrada nos moldes do art. 725 do CC/02, devida pelos consumidores que comprarem ingressos em seu meio virtual, independentemente do direito de arrependimento (art. 49 do CDC). 16. A venda pela *Internet*, que alcança interessados em número infinitamente superior do que a venda por meio presencial, privilegia os interesses dos produtores e promotores do espetáculo cultural de terem, no menor prazo possível, vendidos os espaços destinados ao público e realizado o retorno dos investimentos até então empregados e transfere aos consumidores parcela considerável do risco do empreendimento, pois os serviços a ela relacionados, remunerados pela “taxa de conveniência”, deixam de ser arcados pelos próprios fornecedores. 17. Se os incumbentes optam por submeter os ingressos à venda terceirizada em meio virtual (da *Internet*), devem oferecer ao consumidor diversas opções de compra em diversos sítios eletrônicos, caso contrário, a liberdade dos consumidores de escolha da intermediadora da compra é cerceada, limitada unicamente aos serviços oferecidos pela recorrida, de modo a ficar configurada a venda casada, nos termos do art. 39, I e IX, do CDC. 18. A potencial vantagem do consumidor em adquirir ingressos sem se deslocar de sua residência fica totalmente aplacada pelo fato de ser obrigado a se submeter, sem liberdade, às condições impostas pela recorrida e pelos incumbentes no momento da contratação, o que evidencia que a principal vantagem desse modelo de negócio – disponibilização de ingressos na *Internet* – foi instituída em seu favor dos incumbentes e da recorrida. 19. *In casu*, não há declaração clara e destacada de que o consumidor está assumindo um débito que é de responsabilidade do incumbente – produtor ou promotor do espetáculo cultural – não se podendo, nesses termos, reconhecer a validade da transferência do encargo (assunção de dívida pelo consumidor) [...] <sup>11</sup>.

É preciso reforçar que após quase trinta anos da edição do diploma normativo fundante do direito do consumidor brasileiro, aparentemente, nem todos entenderam que se a autonomia privada facultada aos contratantes o autorregramento <sup>12</sup> de seus interesses negociais <sup>13</sup>, ao mesmo tempo, ela apenas legitimará o ajuste de pautas que possam ser consideradas possíveis e não vedadas pelo *Direito* <sup>14</sup>.

É imperioso perceber, portanto, que se a autonomia privada permite a cada pessoa, criar direitos subjetivos, atribuir – a si e, eventualmente, a outrem – poderes formativos ou ônus contidos nas infinitas e, aprioristicamente, inimagináveis situações albergadas pelo *Direito*, ao mesmo tempo, ela impõe o dever de observar a miríade de deveres que pulsa das regras e princípios também nele presentes.

No mais, tendo como premissas a fundamentalidade <sup>15</sup> do direito que informa estas singelas notas e, ainda, a vulnerabilidade de todos os consumidores <sup>16</sup> no Brasil, resta patente que a cobrança da taxa de conveniência nada tem de conveniente, tampouco de legal, ao ser qualificada como método comercial desleal que se espalha pelo universo normativo intencionalmente aberto das práticas abusivas <sup>17</sup>.

<sup>11</sup> STJ. REsp. 1.737.428-RS. 3. T. Rel. Min. Nancy Andrigli. DJe 15.03.19.

<sup>12</sup> RÁO. Vicente. **Ato jurídico**: noção, pressupostos, elementos essenciais e acidentais. São Paulo: RT, 1999.

<sup>13</sup> BETTI. Emílio. **Teoria geral do negócio jurídico**. T. 1. Coimbra: Coimbra, 1969. CATALAN, Marcos. Autonomia privada: o poder jurígeno dos sujeitos de direito. **Scientia Iuris**, Londrina, v. 5/6, p. 430-463. 2004.

<sup>14</sup> FACHIN, Luiz Edson. **Teoria crítica do direito civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2000.

<sup>15</sup> CATALAN, Marcos. **O direito do consumidor em movimento**: diálogos com tribunais brasileiros. 2. ed. Canoas: Unilasalle, 2018.

<sup>16</sup> CATALAN, Marcos. Uma ligeira reflexão acerca da hipervulnerabilidade dos consumidores no Brasil. In: Ricardo Sebastián Danuzzo. (Org.). **Derecho de daños y contratos**: desafíos frente a las problemáticas del siglo XXI. Resistencia: Contexto, 2019.

<sup>17</sup> CDC. Art. 6º São direitos básicos do consumidor: [...] IV – a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços.

Ulula também o fato de que é impossível não alcançar tal conclusão quando:

(a) se tem em mente o fato de que a alternativa<sup>18</sup>, quando existe, é apenas aparente e, por isso, não pode ser pensada enquanto tal, especialmente, quando se identifica em concreto que parcela bastante elevada dos interessados nos ingressos ofertados<sup>19</sup> pode morar noutras cidades e estados;

(b) se identifica que o preço cobrado a título de taxa de conveniência pode – muito facilmente – ser embutido no preço do *ticket* e, nesse contexto, que o fato de isso não ser observado no campo fenomênico permite intuir fortemente que a prática reproduzida pelo Mercado – mesmo após decisão tão clara ter sido incorporada aos alfarrábios do Tribunal da Cidadania – busca levar o consumidor a acreditar que está fazendo um bom negócio<sup>20</sup> e, ao mesmo tempo, desvirtuar a proteção imantada à meia entrada, mormente, quando se percebe que a taxa aqui criticada não flutua como os preços dos ingressos;

(c) se percebe – ainda no campo da reflexão formulada no item anterior – que o Mercado parece explorar importantes descobertas havidas no campo da economia comportamental<sup>21</sup> quando informa, inicialmente, o preço que tende a ser aquele que virá a ser *racionalizado* por consumidores que, em verdade, pagarão mais que aquilo que *acreditavam* ou *desejavam* pagar,

(d) se afere ser deveras curioso – uma vez mais na seara da economia comportamental – que o Mercado tenha batizado a retrocitada prática como algo *conveniente* – ao menos, em grande parte das situações – apenas para si próprio e, enfim,

(e) parece não existir qualquer contraprestação digna de proteção jurídica, em especial, quando se tem em mente o fato de que, provavelmente, boa parte das vendas se realiza via *e-commerce* e que, portanto, a conveniência, como antecipado, acabe sendo *conveniente* a *quase* todos os usuários e, evidentemente, *inconveniente* para todos, algo que equivale ao embarque preferencial de idosos em uma aeronave fretada para um congresso que reunirá apenas pessoas na melhor idade.

Em tal contexto a ofensa direta ao disposto no inciso V, do artigo 39, do Código de Defesa do Consumidor parece ser algo irrefutável, mormente, em um contexto no qual *atravessadores* são predadores desnecessários para o êxito do negócio. Saliente-se, também, que ao menos de forma reflexa, a conduta toca a proibição disposta no inciso X do mesmo dispositivo legal.

---

<sup>18</sup> Exemplo disso é informar a venda de ingressos em uma única bilheteria física situada em lugar remoto de uma grande cidade qualquer. A reflexão segue na próxima nota de rodapé.

<sup>19</sup> Eis um exemplo deveras atual. A icônica banda Iron Maiden fará shows no Brasil. Serão apenas 03. Um no Rio de Janeiro, por ocasião do Rock in Rio, um em São Paulo e outro em Porto Alegre. Foquemos o show em Porto Alegre. Como se identifica (a) a primeira alternativa <https://arenapoa.com.br/noticias/venda-de-ingressos-show-iron-maiden-porto-alegre-inicio-neste-sabado-dia-25-de-maio/> ao pagamento da taxa de conveniência – no percentual de 15% sobre o preço do ingresso, o que por si só viola a dimensão normativa que pulsa da igualdade – é a compra do *ticket* que dá acesso ao show na bilheteria da Arena do Grêmio, local que não é facilmente acessível, como pode intuir o leitor. A segunda é pagar pelos mesmos ingressos preços que são em média o dobro do preço cobrado no *site* oficial da Arena como se pode aferir em <https://www.stubhub.com.br/ingressos-iron-maiden-porto-alegre/ev1047067>.

<sup>20</sup> THALER, Richard; SUNSTEIN, Cass. **Nudge**: o empurrão para a escolha certa. Trad. Marcello Lino. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

<sup>21</sup> THALER, Richard. **Misbehaving**: a construção da economia comportamental. Trad. George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2019.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

V – exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva.

[...]

X – elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços.

Enfim, é preciso aclarar que a segurança prometida pelo Direito, *fuerza de seguridad economico e jurídico*, além de derivar da *expectativa* de manifestação de condutas que possam ser objetivamente justificadas<sup>22</sup> por todos aqueles que de algum modo estão vinculados a uma relação projetada no mundo fenomenológico, deve ser buscada no necessário respeito às balizas normativas histórica e geograficamente erigidas por um povo.

\*\*\*

No mais, ainda há algo a ser dito.

Orgulha-nos comunicar o leitor que nove dos dez textos publicados na seção artigos foram assinados por professores doutores. Isso nos alegra, em especial, quando permite intuir que pesquisadores maduros têm cada vez mais prestigiado a Revista Eletrônica Direito e Sociedade com a submissão de seus originais ao nosso rigoroso *double blind review*.

Também é preciso destacar a publicação – no vernáculo – dos artigos *Reforma integral de la ley argentina de defensa del consumidor* e *Smart contract: concepto, ecosistema y principales cuestiones del derecho privado*. O primeiro texto, lapidado pelo talentoso professor Gabriel Stiglitz, mostra que nosso direito do consumidor – aqui pensado como *law in book* – está prestes a deixar de ser o principal modelo normativo das Américas. O segundo, escrito com todo cuidado pelo qualificado professor espanhol Jorge Feliú – que confidenciou estar muito feliz com a publicação em língua portuguesa – enfrenta tema igualmente contemporâneo e induz pensar o amanhã.

Cumprimentando o professor das Arcadas, Orlando Villas Bôas Filho, cumprimentamos, deveras agradecidos, a todos os demais pesquisadores que colaboraram, trabalhando árduamente, para a edificação deste número da REDES.

E é preciso dizer, ainda, que somados os autores e os revisores que colaboraram efetivamente com a elaboração deste número da Revista Eletrônica Direito e Sociedade conseguimos, uma vez mais, reunir as cinco regiões do Brasil. Hermanados, pesquisadores que vivem em onze estados do país somaram esforços para brindar a comunidade com os resultados de belíssimas reflexões científicas. Soma-se ao trabalho deles, ainda, a contribuição de pesquisadores argentinos, espanhóis e italianos.

\*\*\*

---

<sup>22</sup> WEINGARTEN, Célia. El valor economico de la confianza para empresas y consumidores. **Revista de Direito do Consumidor**, São Paulo, n. 33, p. 33-50, 2000. p. 36.

Aproveitamos, enfim, para informar, além disso, que ao largo dos últimos meses a REDES foi indexada por mais portais internacionais: [SHERPA/Romeo](#) e [Directory of Research Journals Indexing](#). Isso mostra, uma vez mais, na contramão do que se percebe na trágica cena política brasileira cotidiana, que com trabalho coletivo é possível cruzar fronteiras – físicas e virtuais, geográficas e linguísticas – e lutar contra a exclusão social e a negação da alteridade.

*Que les guste!*