

**FACULDADE VALE DO CRICARÉ
MESTRADO PROFISSIONAL EM CIÊNCIA,
TECNOLOGIA E EDUCAÇÃO**

GUSTAVO CAMPOS ELBACHA

**DEFESA DO CONSUMIDOR: DAS DÚVIDAS ÀS PRINCIPAIS
DEMANDAS DA POPULAÇÃO JUNTO AO PROCON**

SÃO MATEUS-ES

2021

GUSTAVO CAMPOS ELBACHA

DEFESA DO CONSUMIDOR: DAS DÚVIDAS ÀS PRINCIPAIS
DEMANDAS DA POPULAÇÃO JUNTO AO PROCON

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação do Centro Universitário Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência, Tecnologia e Educação.

Orientador Prof. Dr. Edmar Reis Thiengo

SÃO MATEUS-ES

2021

Autorizada a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na publicação
Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação
Faculdade Vale do Cricaré – São Mateus – ES

E37d

Elbacha, Gustavo Campos.

Defesa do consumidor: das dúvidas às principais demandas da população junto ao Procon / Gustavo Campos Elbacha – São Mateus - ES, 2021.

78 f.: il.

Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação) – Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus - ES, 2021.

Orientação: prof. Dr. Edmar Reis Thiengo.

1. Defesa do consumidor - Legislação. 2. Consumidores - Reclamação. 3. Serviços municipais. 4. Nanuque - MG. I. Thiengo, Edmar Reis. II. Título.

CDD: 342.53

Sidnei Fabio da Glória Lopes, bibliotecário ES-000641/O, CRB 6ª Região – MG e ES

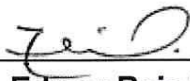
GUSTAVO CAMPOS ELBACHA

**DEFESA DO CONSUMIDOR: DAS DÚVIDAS ÀS PRINCIPAIS
DEMANDAS DA POPULAÇÃO JUNTO AO PROCON**

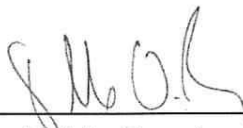
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência, Tecnologia e Educação da Faculdade Vale do Cricaré (FVC), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciência, Tecnologia e Educação, na área de concentração a Educação e a Inovação.

Aprovado em 22 de novembro de 2021.

COMISSÃO EXAMINADORA



Prof. Dr. Edmar Reis Thiengo
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)
Orientador



Prof. Dr. Pablo Ornelas Rosa
Faculdade Vale do Cricaré (FVC)



Profa. Dra. Poliana Daré Zampirolli Pires
Instituto Federal do Espírito Santo (IFES)

A Deus, pela saúde, ânimo e força que me concede, aos meus pais, Neide e Chauq, e a minha avó Evani, sem os quais a realização deste sonho não seria possível.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, regente mestre do universo, pelo dom da vida, pela saúde, pelas bênçãos diárias, por proteger e guardar meus passos, por me dar força e coragem, pelas oportunidades que me concede e o amor incondicional creditado a mim.

Agradeço também a meus pais Neide e Chauq e a minha avó Evani, pelo apoio incondicional e ânimo permanente, e a todos os meus professores que, ao longo de minha jornada acadêmica, compartilharam seus conhecimentos e ajudaram a me tornar um profissional e um ser humano melhor.

Agradeço, também, muito especialmente, ao meu querido Orientador, Prof. Dr. Edmar Reis Thiengo, que iluminou minhas ideias e me auxiliou demasiadamente na concretização deste sonho, sempre com muita leveza, bom humor e profissionalismo. Assim como agradeço ao amigo Marcelo Chaves Soares, pelo apoio e parceria ao longo desta trajetória.

“Somos o que fazemos, mas somos,
principalmente, o que fazemos para
mudar o que somos”.

Eduardo Galeano

RESUMO

ELBACHA, Gustavo Campos. **Defesa do Consumidor: Das Dúvidas às Principais Demandas da População junto ao Procon.** 78f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ciência, Tecnologia e Educação). Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus, 2021.

Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar as relações existentes entre as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos e as demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque – MG, visando entender que relações se estabelecem entre as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos e as demandas formalizadas no aludido órgão. Nesse sentido, buscou-se, primeiramente, identificar o perfil dos consumidores que procuraram o Procon em 2020 e verificar quais foram as reclamações mais frequentes para, posteriormente, discutir as principais dúvidas e direitos desses consumidores e, finalmente, apresentar um plano de ação para dirimir tais questionamentos, bem como esclarecer para os fornecedores quais foram as reclamações mais constantes no Procon. O cerne da pesquisa foi discutir as principais indagações dos consumidores locais relacionadas ao Direito do Consumidor e compará-las com as reclamações formalizadas no Procon. Para alcançar essa finalidade, o embasamento teórico da pesquisa, primeiramente, buscou conceituar juridicamente o consumidor, a historicidade e a importância desse ramo do Direito, tendo como base para essa discussão juristas renomados, como Sérgio Cavalieri, Leonardo Roscoe Bessa e Walter José Faiad de Moura. Por outro lado, no tocante ao comportamento do consumidor no âmbito da sociedade de consumo, o fundamento foram estudos do sociólogo polonês Zygmunt Bauman e da filósofa norte-americana Shoshana Zuboff e, complementando o estudo sobre comportamento e perfil dos consumidores, recorreu-se à autora Tania Maria Vidigal Limeira. O presente trabalho adotou um método indutivo, caracterizando-se como uma pesquisa qualitativa e como modalidade a pesquisa de campo, visto que participaram da pesquisa dez consumidores que utilizaram os serviços do Procon Municipal mencionado. Ademais, após a análise sistemática dos dados indicando as principais dúvidas dos consumidores locais, que estão associadas ao vício do produto e às compras pela internet, apresentou-se um plano de ação com a finalidade de auxiliar consumidores e fornecedores, de uma forma geral, bem como contribuir para uma redução das demandas consumeristas.

Palavras-chave: Direito do Consumidor. Procon. Dúvidas. Reclamações.

ABSTRACT

ELBACHA, Gustavo Campos. **Consumer Protection**: From Doubts to the Main Demands of the Population with Procon. 78f. Dissertation (Professional Masters in Science, Technology and Education). Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus, 2021.

This research aims to analyze the relationship between consumers' doubts about their rights and the demands formalized in the Municipal Procon of Nanuque - MG, in order to understand which relationships are established between consumers' doubts about their rights and the demands formalized in the aforementioned organ. In this sense, we sought, firstly, to identify the profile of consumers who sought Procon in 2020 and to verify which were the most frequent complaints to, later, discuss the main doubts and rights of these consumers and, finally, present an action plan to resolve such questions, as well as clarify for suppliers which were the most frequent complaints in Procon. The core of the survey was to discuss the main inquiries of local consumers related to Consumer Law and compare them with the complaints formalized in Procon. To achieve this purpose, the theoretical basis of the research, first, sought to legally conceptualize the consumer, the historicity and the importance of this branch of Law, having as a basis for this discussion renowned jurists such as Sérgio Cavalieri, Leonardo Roscoe Bessa and Walter José Faiad de Moorish. On the other hand, with regard to consumer behavior within the consumer society, the foundation was studies by Polish sociologist Zygmunt Bauman and American philosopher Shoshana Zuboff and, complementing the study on consumer behavior and profile, we resorted to author Tania Maria Vidigal Limeira. The present work adopted an inductive method, characterized as qualitative research and as a field research modality, since ten consumers who used the services of the mentioned Municipal Procon participated in the research. Furthermore, after the systematic analysis of the data indicating the main doubts of local consumers, which are associated with product addiction and internet shopping, an action plan was presented with the purpose of helping consumers and suppliers, in general, as well as contributing to a reduction in consumer demands.

Keywords: Consumer Law. Procon. Doubts. Claims.

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 9 |
| 1.1 | DO PROBLEMA AOS OBJETIVOS DA PESQUISA | 10 |
| 1.2 | JUSTIFICATIVA | 13 |
| 1.3 | ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO APRESENTADO | 13 |
| 2 | EMBASAMENTO TEÓRICO | 15 |
| 2.1 | REVISÃO DE LITERATURA | 15 |
| 2.2 | HISTORICIDADE DO DIREITO DO CONSUMIDOR | 17 |
| 2.2.1 | Direito do consumidor na Constituição Federal de 1988 | 19 |
| 2.3 | CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR | 21 |
| 2.4 | CONCEITO JURÍDICO DE CONSUMIDOR | 23 |
| 2.5 | DA SOCIEDADE DE CONSUMO AO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA | 25 |
| 2.6 | COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR | 30 |
| 3 | PERCURSO METODOLÓGICO | 34 |
| 3.1 | SUJEITOS DA PESQUISA | 34 |
| 3.2 | AMBIENTE DA PESQUISA | 35 |
| 3.3 | FASES DA PESQUISA | 36 |
| 4 | APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS | 40 |
| 4.1 | RECLAMAÇÕES MAIS FREQUENTES NO PROCON | 45 |
| 4.2 | DISCUSSÃO SOBRE AS PRINCIPAIS DÚVIDAS DOS CONSUMIDORES | 51 |
| 4.3 | ENTRE DÚVIDAS E DEMANDAS: PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES | 60 |
| 5 | PRODUTO EDUCACIONAL: PLANO DE AÇÃO | 64 |
| | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 69 |
| | REFERÊNCIAS | 71 |
| | APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES | 74 |
| | ANEXO A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO | 76 |
| | ANEXO B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO | 78 |

1 INTRODUÇÃO

Advogado de formação e professor do curso de Direito do Centro Universitário de Caratinga (Unec), campus Nanuque-MG, cursei todo o ensino fundamental e médio em escolas particulares do Município de Nanuque-MG, para, posteriormente, ingressar no curso de Direito da Faculdade Presidente Antônio Carlos de Teófilo Otoni-MG.

No fim do primeiro período do curso, comecei a estagiar voluntariamente na Procuradoria Federal de Teófilo Otoni-MG, órgão integrante da Advocacia Geral da União (AGU). Poucos meses depois tornei-me estagiário remunerado, tendo permanecido no referido órgão até o oitavo período da faculdade. Durante esse lapso temporal tive a oportunidade de vivenciar na prática o dia a dia de um advogado público e exercer de forma supervisionada quase todas as funções que ele desempenha. Essa experiência foi de extrema relevância para o meu desenvolvimento profissional.

Graduei-me em Direito no final do ano de 2015, defendendo trabalho monográfico intitulado “O Direito Real de Habitação na Sucessão Hereditária”. Nesse trabalho apresentei sucintamente um tema que muito me entusiasmava, o Direito Sucessório, sob uma vertente ainda pouco explorada. Logo em seguida, fiz pós-graduação *lato sensu* na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), no ramo do Direito Administrativo.

Paralelamente à realização dessa especialização, iniciei, efetivamente, a minha trajetória profissional, começando a exercer a advocacia com mais afinco e habitualidade. Logo em seguida, fui convidado para exercer o cargo de Assessor Jurídico do Instituto Próprio de Previdência Social dos Servidores Públicos Municipais de Nanuque – MG (IPASMUN), tendo permanecido nesse cargo em torno de um ano, quando assumi a direção do Procon Municipal de Nanuque – MG, no qual trabalho atualmente.

Buscando aperfeiçoar ainda mais meus conhecimentos, iniciei minha segunda pós-graduação *lato sensu* na Faculdade Damásio Educacional, na área do Direito Constitucional, e decidi cursar uma especialização *strictu sensu* no Centro Universitário Vale do Cricaré.

Já com experiência e formação na área, no início de 2020, fui convidado para integrar o corpo docente do Unec, campus Nanuque-MG, para lecionar a matéria Direito Civil, exercendo, atualmente, o cargo de professor de Direito Constitucional.

Assim, considerando minha formação acadêmica inicial no curso de Direito e minha experiência como advogado, assessor jurídico e há mais de dois anos como Diretor Geral do Procon Municipal de Nanuque-MG, optei por delimitar o problema a uma questão que aflige meu cotidiano como Diretor do Procon e cidadão: a defesa do consumidor.

1.1 DO PROBLEMA AOS OBJETIVOS DA PESQUISA

O Direito do Consumidor é um dos mais relevantes ramos do Direito atualmente, seja pela difusão do consumo e pelas tendências consumistas da sociedade moderna, seja pela profusão de produtos e serviços oferecidos e ou pela facilidade de acesso a eles.

Assim, acentua-se cada vez a necessidade de garantir proteção ao consumidor, frente às práticas infrativas e abusivas dos fornecedores, visando alcançar uma relação de consumo salutar e equilibrada, em que o consumidor tenha seus direitos preservados e, sobretudo, respeitados.

Nessa perspectiva, para melhor compreender todos os matizes que permeiam a relação de consumo, é fundamental analisar alguns temas, entre eles, o que é o direito do consumidor, qual o conceito jurídico de consumidor, a historicidade desse ramo do direito, qual o perfil e o comportamento do consumidor e qual a importância do Código de Defesa do Consumidor (CDC) na efetivação da proteção ao consumidor.

Ao longo dos anos, uma série de marcos históricos e legislativos, que serão explanados com mais propriedade ao longo deste trabalho, forjaram a defesa e proteção do consumidor como conhecida atualmente, sendo os dois símbolos mais impactantes a promulgação da Constituição Cidadão de 1988 e a edição do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990).

Esses diplomas legais elevaram o Direito do Consumidor à categoria de disciplina jurídica de vital importância acadêmica e social. Na área acadêmica, destaca-se a importância conferida à defesa do consumidor ao alçá-la ao patamar de direito fundamental, além das inovadoras normas e princípios trazidos pelo CDC,

perpassando desde o Direito Penal ao Processo Civil, além da conceituação e da regulamentação das ações coletivas de consumo.

No campo social, acentua-se a implantação de mais órgãos de defesa do consumidor e um interesse cada dia maior dos consumidores de se inteirarem de seus direitos e buscar a salvaguarda deles administrativamente ou por via judicial. Assim, houve um perceptível aumento dos instrumentos jurídicos de defesa do consumidor.

Entende-se por defesa do consumidor o arcabouço de normas, princípios e regulamentações destinado a proteger o consumidor e regular o mercado de consumo e as responsabilidades entre os polos da relação de consumo.

Nesse cenário, após a promulgação do CDC e para melhor organizar essa defesa e a proteção ao consumidor, foi editado o Decreto nº 2.181/1997, que “Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), estabelece as normas gerais de aplicação das sanções administrativas previstas na Lei nº 8.078”.

O decreto mencionado anteriormente regulamentou o SNDC, dispondo em seu artigo 2º que: “Integram o SNDC a Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça e os demais órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal, municipais e as entidades civis de defesa do consumidor” (Decreto nº 2.181/97). Além disso, a aludida legislação ainda disciplinou sobre a fiscalização, as práticas infrativas e a aplicação de penalidades administrativas.

E entre esses órgãos integrantes do SNDC, disciplinados pelo Decreto nº 2.181/97, um dos mais lembrados, certamente, é o Procon, assim conceituado:

O Procon é órgão do Poder Executivo municipal ou estadual por excelência destinado à proteção e defesa dos direitos e interesses dos consumidores. É ele que mantém contato mais direto com os cidadãos e seus pleitos, podendo ser estadual, municipal ou do Distrito Federal. Cumpre-lhe elaborar, coordenar e executar a política estadual ou municipal de defesa do consumidor, além de realizar o atendimento aos consumidores e fiscalizar as relações de consumo no âmbito de sua competência (BESSA; MOURA, 2014, p. 34).

Os Procons são órgãos de grande relevância para a proteção e a defesa dos consumidores, tanto pelo reconhecimento público que recebem de parcela da sociedade como pela importância do serviço prestado à população, especialmente, a parcela da população mais vulnerável diante do poder econômico. Portanto, o Procon cumpre, assim, uma relevante função social.

Nos termos do artigo 4º, do Decreto 2.181/1997, compete ao Procon, entre outras finalidades: o planejamento e coordenação da defesa do consumidor, o atendimento aos consumidores, o processamento das reclamações, a fiscalização das relações de consumo, além de instrução e julgamento dos processos administrativos.

Portanto, o regular funcionamento dos Procons estaduais, municipais e distrital é imprescindível para a efetiva implementação dos direitos dos consumidores e para o equilíbrio de forças da relação de consumo, tendo em vista a vulnerabilidade dos consumidores.

Assim, a relevância desse órgão para a sociedade e minha experiência como Diretor do Procon Municipal de Nanuque – MG, órgão mantido pela Prefeitura Municipal e vinculado à Procuradoria do Município, despertaram meu interesse pelo tema que proponho a discutir nesta dissertação.

Surgiu, então, o anseio de conhecer e identificar melhor o perfil, as dúvidas e as percepções dos cidadãos que procuram o Procon Municipal de Nanuque-MG, assim como as reclamações mais frequentes, visando melhorar o atendimento e a efetividade do órgão. Além disso, propor um plano de ação capaz de elucidar e dirimir dúvidas a respeito dos temas mais frequentes nas reclamações encaminhadas ao órgão.

Com base nessas premissas, a pesquisa “Defesa do Consumidor: das dúvidas às principais demandas da população junto ao Procon” será desenvolvida no Procon da cidade de Nanuque, município de Minas Gerais. Para desenvolvê-la, uma questão orientará as ações em todas as etapas do estudo, sendo assim delimitada: Que relações podem ser estabelecidas entre as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos e as demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque - MG?

Ao enfrentar essa questão-problema e com o intento de encontrar possíveis respostas, tem-se como objetivo geral analisar as relações que se estabelecem entre as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos e as demandas formalizadas no Procon municipal de Nanuque-MG.

Para alcançar de forma mais ampla possível o objetivo geral pretende-se, no decorrer da pesquisa, de forma mais específica:

- Identificar o perfil dos consumidores que procuram o Procon Municipal de Nanuque-MG
- Verificar quais são as reclamações mais frequentes nesse Procon.

- Discutir as principais dúvidas e os direitos dos consumidores que procuram o Procon Municipal.
- Apresentar um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes desses consumidores e esclarecer para os fornecedores as reclamações mais constantes no órgão.

Desse modo, a ideia central do presente projeto é discutir sobre o que ainda não é devidamente claro para os consumidores que procuram os serviços do Procon Municipal de Nanuque – MG no que tange a seus direitos na relação de consumo, assim como as principais reclamações formalizadas no órgão. Por outro lado, pretende-se, também, apresentar um plano de ação que possa auxiliar os consumidores e os fornecedores dessa localidade de forma geral, bem como contribuir para reduzir as demandas e proporcionar um atendimento mais dinamizado aos cidadãos.

1.2 JUSTIFICATIVA

A pesquisa é relevante, pois vai delinear um cenário do perfil dos consumidores de Nanuque-MG, assim como suas principais dúvidas na relação de consumo e, paralelamente, examinar as reclamações mais frequentes ajuizadas no Procon Municipal, visando ofertar um atendimento mais dinâmico e esclarecedor aos consumidores, qualificar melhor os funcionários do órgão acerca dos temas mais abordados e tentar encontrar outras formas de resolver os conflitos.

Além disso, a pesquisa é relevante, na medida em que possibilita ainda traçar um plano de ação capaz de dirimir as dúvidas mais frequentes desses consumidores e esclarecer para os fornecedores as reclamações mais constantes no órgão, a fim de minimizá-las.

Assim, este estudo justifica-se, pois aborda tema de extrema relevância para a sociedade brasileira e local, visando, sobretudo, apresentar bases científicas para responder ao problema proposto.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO APRESENTADO

O primeiro capítulo da dissertação contém a introdução sobre o que vai ser abordado ao longo do trabalho, contemplando o memorial descritivo do pesquisador,

os objetivos gerais e os específicos da pesquisa e a justificativa do tema e sua relevância.

O segundo capítulo é reservado ao embasamento teórico da pesquisa e está dividido em duas partes, a primeira parte apresenta a revisão de literatura feita sobre o tema proposto, composta por dissertações e teses, e uma segunda parte, na qual encontram-se as teorias que fundamentam a presente dissertação.

Na segunda parte do embasamento teórico, ainda dentro do segundo capítulo, serão discutidos temas, como a historicidade do direito do consumidor; os impactos da promulgação da Constituição Federal de 1988 no Direito do Consumidor; a importância do Código de Defesa do Consumidor para a defesa e a proteção do consumidor; o conceito de consumidor de acordo com a doutrina e jurisprudência pátria, além de trazer discussões acerca do perfil e do comportamento dos consumidores.

O percurso metodológico da pesquisa faz parte do terceiro capítulo, especificando os sujeitos e o local da pesquisa, o passo a passo das etapas do trabalho e como cada uma dessas etapas será realizada.

O quarto capítulo responde ao questionamento proposto no trabalho e os resultados obtidos na pesquisa, de maneira sistemática e concisa. E o quinto capítulo apresenta o produto da presente dissertação, revelando os impactos concretos da presente dissertação.

Este capítulo apresenta o plano de ação elaborado para dirimir as dúvidas mais frequentes dos consumidores. Esse plano de ação foi moldado com os dados coletados na pesquisa, do perfil dos consumidores, do nível de escolaridade deles, bem como considerando-se, ainda, os meios de comunicação mais eficazes na propagação dessas informações.

Esse mesmo plano contém, ainda, uma estratégia concreta para esclarecer para os fornecedores e prestadores de serviços as reclamações mais constantes no órgão e qual seria a melhor maneira de minimizá-las.

E o sexto e último capítulo traz as considerações finais da pesquisa, com a análise dos resultados obtidos, das contribuições para a sociedade e dos temas que ainda podem ser explorados a partir deste trabalho.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

Este capítulo divide-se em duas partes, em que nesta primeira apresenta-se uma revisão de literatura que é composta por pesquisas aqui representadas por dissertações e teses sobre a temática em estudo, material importante para delimitar o problema e para constituir a presente pesquisa. Em uma segunda parte, apresenta-se as discussões sobre as principais teorias em torno do tema e que fundamentam as discussões propostas na presente dissertação.

2.1 REVISÃO DE LITERATURA

Ao pesquisar sobre o tema proposto nesta dissertação em consulta livre no Google Acadêmico, surgiu um razoável número de trabalhos que dialogam com a proposta do presente estudo. Assim, para identificar os trabalhos mais próximos ao que se pretende discutir, foram realizadas diversas buscas combinando aleatoriamente dois ou três dos seguintes descritores: reclamações, consumidores, consumo, Procon, percepções dos consumidores e justiça.

À medida que a pesquisa retornava com os resultados sugeridos, era feita uma breve leitura e uma análise dos trabalhos encontrados para verificar a pertinência temática deles com o escopo da pesquisa em epígrafe.

Ao combinar os descritores “reclamações and consumidores and procon” foram encontrados três trabalhos que dialogam bastante com o tema ora proposto: “Procedimento das Demandas Consumeristas no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor: análise processual e das reclamações junto ao Procon”; “Consumo e cidadania: práticas cidadãs nas reclamações dos consumidores” e “Estratégia para Utilização de Ferramentas da Qualidade no Serviço Público: Uma Proposta para Melhoria no Processo de Atendimento aos Consumidores no Procon – SC”.

Ao combinar os descritores “percepções dos consumidores and procon” surgiu mais um trabalho relacionado com esta pesquisa, intitulado “Imagem do programa de orientação e proteção ao consumidor: um estudo sobre as percepções de consumidores, advogados e representantes de Procons e empresas do segmento financeiro”.

E, por fim, ao combinar os descritores “Justiça” and “procon”, surgiu mais um trabalho, intitulado “Consumo e cidadania: práticas cidadãs nas reclamações dos consumidores”.

Ao examinar os trabalhos mencionados anteriormente, destaca-se que:

O artigo científico apresentado por Magalhães, Ciribeli e Barbosa (2017), intitulado “Procedimento das Demandas Consumeristas no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor: análise processual e das reclamações junto ao Procon”, se aproxima bastante do escopo da presente pesquisa na medida em que “[...] tem por objetivo geral identificar o perfil do usuário do PROCON de Minas Gerais e analisar os tipos de demandas realizadas, identificando os atendimentos, os setores mais reclamados e fases”, ou seja, objetivo similar ao proposto neste trabalho (MAGALHÃES, CIRIBELI e BARBOSA, 2017, p. 01).

A dissertação de mestrado apresentada por Loureiro (2003), intitulada “Estratégia para Utilização de Ferramentas da Qualidade no Serviço Público: Uma Proposta para Melhoria no Processo de Atendimento aos Consumidores no Procon - SC”, foi defendida junto ao programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina. No presente estudo, o autor discorreu sobre “O histórico do Direito do Consumidor e a evolução dos órgãos de defesa do consumidor”, além de “realizar uma análise da estrutura do PROCON - SC e seus servidores”, bem como apresenta planos de ação capazes de direcionar a solução de problemas e as formas de resolvê-los. Esse tema se aproxima da presente pesquisa, pois tem um ponto em comum, a intenção de atender melhor os consumidores.

Destaca-se, ainda, a dissertação apresentada por Borges (2012), na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, para aquisição do título de mestre em Ciências Sociais, na qual aborda “Consumo e cidadania: práticas cidadãs nas reclamações dos consumidores”, fazendo um paralelo entre as lutas e as manifestações dos consumidores pelos seus direitos com o exercício da cidadania. Nesse sentido, o autor procurou fazer uma inter-relação entre o exercício da cidadania de forma plena e os direitos inerentes ao consumidor nas relações de consumo, principalmente, no que diz respeito às suas reclamações.

Tem relação convergente com este estudo também e merece destaque a dissertação “Imagem do programa de orientação e proteção ao consumidor: um estudo sobre as percepções de consumidores, advogados e representantes de Procons e empresas do segmento financeiro”, apresentada por Machado (2012) junto

ao Mestrado da Faculdade de Ciências Econômicas Administrativas e Contábeis de Belo Horizonte da Universidade FUMEC, para obtenção do título de Mestre em Administração. A autora fez uma cuidadosa análise da “imagem do Programa de Proteção ao Consumidor da região metropolitana de Belo Horizonte sob as lentes dos atores que participam dos processos de intermediação desse órgão”.

E, por último, a dissertação intitulada “Acesso à Justiça e a função institucional do Procon”, apresentada à Faculdade de Direito de Vitória (FDV), junto ao Curso de Mestrado em Direito e Garantias Fundamentais, por Rizzo (2006), na qual o autor destaca a importância da atuação do Procon, especialmente na possibilidade de resolução de conflitos na esfera extrajudicial.

A abrangência e o alcance desses trabalhos ressaltam a importância de se examinar o perfil dos consumidores de cada localidade, assim como as demandas geradas por eles, a fim de entender melhor suas dúvidas e os problemas mais frequentes. E, assim, formular um plano de ação efetivo para dirimir essas dúvidas, bem como esclarecer para os fornecedores as reclamações mais constantes no órgão.

É importante salientar que todas essas pesquisas contribuíram, em maior ou menor intensidade, para ampliar os horizontes metodológicos e teóricos do estudo proposto.

Após esse levantamento inicial, a seguir serão discutidos alguns conceitos fundamentais para a pesquisa, tais como a evolução histórica do Direito do Consumidor, a importância da Constituição Federal de 1988 para o crescimento e maior reconhecimento desse ramo do Direito, o advento e algumas disposições do Código de Defesa do Consumidor (CDC), a definição jurídica de consumidor e o perfil e comportamento dos consumidores, tendo em vista o aprofundamento do objeto de pesquisa, teorias importantes para embasamento das discussões. Para tanto, trazemos tais discussões fundamentadas em autores reconhecidos no campo do direito, da filosofia e da sociologia, permitindo assim uma discussão teórica consistente.

2.2 HISTORICIDADE DO DIREITO DO CONSUMIDOR

A promulgação da Constituição Cidadã e a inclusão no texto constitucional da defesa do consumidor como direito fundamental, além de o Ato das Disposições

Constitucionais Transitórias (ADCT) determinar a elaboração de um Código de Defesa do Consumidor, que entrou em vigor em 11 de setembro de 1990, foram os marcos mais impactantes do Direito do Consumidor no Brasil.

Todavia, antes desses dois divisores no direito pátrio, a defesa e a proteção do consumidor já estavam em pauta, ainda que de forma menos profícua. Nesse sentido, é possível observar, desde os tempos do império, uma discreta forma de proteção ao consumidor, presente no Livro V das Ordenações Filipinas, que trata da coação psicológica sobre o fornecedor e, indiretamente, acaba protegendo o consumidor (MACHADO, 2010).

Contudo, foi a partir da Proclamação da República e, especialmente, da década de 30, que a disciplina atinente ao Direito do Consumidor começou a ser considerado, especialmente, pela promulgação do Decreto nº 22.626, de 7 de abril de 1933, conhecido popularmente como Lei de Usura, que limitou a 12% (doze por cento) ao ano a taxa de juros. Além da promulgação da Constituição Federal de 1946, que disciplinou sobre o abuso do poder econômico, da publicação da Lei de Economia Popular (Lei 1.221/1951) e dos protestos ocorridos entre os anos de 1940 a 1960 contra a falta de produtos e o aumento dos preços. Todas essas ações resultaram na criação de várias leis regulando aspectos do consumo e a inclusão na Constituição de 1967 da defesa do consumidor (MACHADO, 2010).

[...] na década de 1970, surgem os primeiros órgãos de defesa do consumidor. Em 1976, foram fundadas a Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre (APC), a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba (ADOC) e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, atual Fundação Procon São Paulo.

A década de 1980, conhecida pela recessão econômica e pela redemocratização do País, foi também marcada pelo crescimento do movimento consumerista, o qual almejava incluir o tema da defesa do consumidor nas discussões da Assembleia Nacional Constituinte (BESSA; MOURA, 2014, p. 27).

O movimento consumerista tornou-se mais forte quando “A Organização das Nações Unidas (ONU) incorporou a defesa do consumidor aos Direitos Humanos em abril de 1985 e divulgou por Assembleia Geral uma relação com direitos dos consumidores, que passaram a ser reconhecidos internacionalmente” (MACHADO, 2010). Além disso, “Em 1985, a lei de ação civil (Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985) deu legitimidade ao Judiciário ao permitir que a sociedade civil organizada remetesse ao controle desse Poder violações aos direitos difusos e coletivos, entre eles os direitos do consumidor” (MACHADO, 2010, p. 22).

Portanto, antes mesmo do advento da Constituição da República Federativa do Brasil, em 1988, e da edição do Código de Defesa do Consumidor, em 1990, o Direito do Consumidor já era discutido na sociedade brasileira. Mas, com certeza, foi a partir da década de 1990 que esse ramo do Direito ganhou maior projeção e a sociedade começou a perceber melhor sua importância no dia a dia.

2.2.1 O direito do consumidor na Constituição Federal de 1988

O ponto inicial dessa rápida ascensão do Direito do Consumidor na sociedade brasileira, certamente, foi o fato de ter sido alçado à condição de direito fundamental com a Carta Magna de 1988, que prevê em seu art. 5º a obrigatoriedade de o Estado tutelar a defesa dos consumidores, *in verbis*:

Art. 5º - Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor; (BRASIL, 1988).

Assim, a Lei Maior do país expressamente determinou que o Estado promova a defesa do consumidor. E mais do que isso, colocou essa proteção ao consumidor como um direito fundamental de todos os cidadãos. Ou seja,

[...] promover a defesa do consumidor não é uma mera faculdade, mas sim um dever do Estado. Mais do que uma obrigação, a defesa do consumidor é um imperativo constitucional. E, se é um dever do Estado, por outro lado, é um direito fundamental do consumidor (CAVALIERI, 2019, p. 22).

E na lição de Martins (2019, p. 602), “Direitos fundamentais são aqueles direitos, normalmente direcionados à pessoa humana, que foram incorporados ao ordenamento jurídico de um país”. Isto é, os direitos fundamentais são normas de fundamental importância para a vida de todo ser humano, pois refletem os direitos básicos individuais, sociais, políticos e jurídicos de uma nação. São os direitos mais relevantes e imperativos conferidos aos cidadãos, capazes de limitar a atuação ou impor obrigações ao próprio Estado.

Os direitos fundamentais são tão relevantes no ordenamento jurídico brasileiro que a própria Constituição Federal de 1988 os colocou como cláusulas pétreas, quer dizer, normas que não podem ser abolidas, diante de sua vital importância. Assim, sendo o Direito do Consumidor um direito fundamental, ele não pode ser eliminado ou suprimido.

Esses direitos fundamentais podem ser classificados de diversas formas, conforme a legislação e a doutrina estudada. Ao adotar a célebre classificação criada pelo jurista Karel Vasak e amplamente difundida por Norberto Bobbio, pode-se dizer que há três gerações/dimensões de direitos fundamentais.

A primeira dimensão dos direitos fundamentais trata das liberdades públicas, ou seja, disciplina direitos como a vida, a propriedade e a locomoção etc. Nessa dimensão dos direitos fundamentais, o Estado tem fundamentalmente um dever negativo, de não agir, de não inibir a liberdade pública dos indivíduos, por isso, tais direitos são conhecidos como direitos de cunho “negativo” (MARTINS, 2019).

Por outro lado, a segunda dimensão dos direitos fundamentais consagra os direitos sociais, ou seja, tutela direitos como a saúde, a educação, o trabalho, entre outros. Esses direitos emergiram com o surgimento das Constituições do México, em 1917, e de Weimar, em 1919. Em relação aos direitos de segunda dimensão, cabe ao Estado uma postura positiva, de implementar tais direitos (MARTINS, 2019).

E ainda de acordo com Karel Vasak, há os direitos de terceira dimensão, quais sejam: os direitos transindividuais ou metaindividuais, que pertencem a uma coletividade, determinada ou não. É nesse rol de direitos que figuram o direito ao meio ambiente equilibrado e o direito do consumidor, por exemplo. Esse último interessa mais à presente pesquisa (MARTINS, 2019).

Outrossim, em seu Capítulo III, a Carta Magna ao tratar da Organização do Estado e estabelecer a repartição de competências entre os entes federativos, uma das características mais marcantes da Federação, disciplinou em seu art. 24, inciso VIII, como sendo competência concorrente da União, Estados e Distrito Federal legislar sobre “Responsabilidade por dano ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico” (BRASIL, 1988).

Assim, no tocante à responsabilidade por dano ao consumidor, a Constituição determina que a União, os Estados e o Distrito Federal legislem de maneira concorrente, ou seja, todos esses entes podem atuar nesta área, da seguinte maneira: a União elabora a lei geral, dispondo de forma genérica sobre o tema, e os Estados e Distrito Federal elaboram leis específicas.

De maneira complementar, o inciso II do art. 30 do texto constitucional, ao dispor sobre a competência dos Municípios, estabelece que eles podem “suplementar a legislação federal e a estadual no que couber”, ou seja, os Municípios também

podem dispor sobre o Direito do Consumidor, desde que de maneira suplementar, naquilo que for de interesse local.

Portanto, no que concerne à responsabilidade por danos ao consumidor, a Carta da República estabeleceu, nitidamente, a possibilidade de atuação de todos os entes federativos, de maneira concorrente e suplementar, demonstrando claramente o federalismo de cooperação e a importância desse tema.

Além dessas disposições, em seu artigo 170, inciso V, a Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 também dispôs que a defesa do consumidor é um dos Princípios Gerais da Atividade Econômica:

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

[...]

V - defesa do consumidor; (BRASIL, 1988).

Somado a isso, o Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), “Um conjunto de regras temporárias, transitórias, de cunho constitucional” (MARTINS, 2019, p. 253), que visam amenizar a transição entre o regime jurídico antigo e o novo de forma menos abrupta, além de fazer algumas prospecções relativas ao sistema jurídico vigente, determinou em seu artigo 48 que “O Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor” (BRASIL, 1988).

Entretanto, o prazo estabelecido não foi cumprido à risca, e somente quase dois anos após a promulgação da CRFB/88 entrou em vigor a Lei nº 8.078, a qual “Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências”, mais conhecida como Código de Defesa do Consumidor.

Em suma, é notória a importância conferida pela Carta Magna ao direito do consumidor e à defesa e proteção dos consumidores, temas que têm ganhado ultimamente ainda mais visibilidade, principalmente, em virtude das transformações sociais advindas da globalização.

2.3 CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A importância conferida pela Lei Maior ao direito do consumidor e à defesa e proteção dos consumidores está muito bem representada no Código de Defesa do Consumidor (CDC), que “É um sistema de regras de direito logicamente unidas,

compreendendo todos os princípios cardiais do nosso direito do consumidor, todos os seus conceitos fundamentais e todas as normas e cláusulas gerais para a sua interpretação e aplicação” (CAVALIERI, 2019, p. 24).

Além disso, o CDC também pode ser conceituado como um microsistema legislativo, pois inclui em um único diploma legal várias disciplinas jurídicas (civil, processo civil, penal, administrativo, entre outras).

Também, conforme citado anteriormente, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) surgiu para dar mais eficácia à norma constitucional insculpida no art. 5º, inciso XXXII, da Constituição, bem como para cumprir o mandamento constitucional constante no art. 48 do ADCT. Por esses motivos, tanto o CDC quanto as demais legislações atinentes à proteção e defesa do consumidor não poderão:

[...] ser simplesmente revogadas, sem que sejam substituídas por outras leis protetivas. Isso porque a simples revogação significaria diminuir a eficácia da norma constitucional, retrocedendo na tutela dos direitos fundamentais, violando o princípio da proibição do retrocesso ou efeito *cliquet* (para os franceses) ou *ratchet effect* (para os norte-americanos) (MARTINS, 2019, p. 1096, grifos do autor).

Isso porque o CDC trouxe inúmeros avanços na defesa e proteção do consumidor e revogá-lo ou substituí-lo por uma norma menos protetiva seria retroceder na tutela dos direitos fundamentais, algo que não pode ocorrer por força do Princípio da Proibição do Retrocesso.

Dessa maneira, o cidadão tem direito a ser protegido em suas relações de consumo, principalmente porque, de acordo com a doutrina pátria, está em posição de inferioridade em relação aos fornecedores, os quais, na maioria das vezes, são grandes empresas ou, até mesmo, entes públicos que fornecem algum tipo de serviço e/ou produto.

Essa posição de inferioridade do consumidor em relação ao fornecedor intensificou-se com a globalização e a massificação da produção e do consumo,

[...] pois, à medida que o fornecedor se fortaleceu técnica e economicamente, o consumidor teve o seu poder de escolha enfraquecido, praticamente eliminado. Não mais tendo acesso direto ao fabricante, o consumidor ficou submisso aos contratos de adesão, cujas cláusulas e condições, conforme já destacado, eram preestabelecidas ao gosto do fornecedor, de sorte a não lhe deixar alternativa que não aquela de aceitar as condições preestabelecidas, sob pena de não ter acesso aos produtos e serviços de que necessitava (CAVALIERI, 2019, p. 138).

Surgiu, assim, a necessidade de criar uma legislação protetiva ao consumidor, o qual é vulnerável técnica, fática e juridicamente em relação ao fornecedor, bem

como órgãos de proteção e defesa do consumidor, visando reequilibrar as forças na relação de consumo e diminuir a desigualdade existente entre consumidor e fornecedor.

Portanto, nesse cenário, são de suma importância os órgãos de defesa do consumidor, especialmente os Procons, que desenvolvem considerável atuação na minimização de prejuízos e riscos aos consumidores, advindos da relação de consumo.

2.4 CONCEITO JURÍDICO DE CONSUMIDOR

É relevante identificar quem afinal se enquadra no conceito de consumidor. Nesse sentido, o próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC) fez questão de conceituar consumidor da seguinte forma: “Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (BRASIL, 1990).

Logo, pode-se concluir que, de acordo com o art. 2º do CDC, o consumidor pode ser tanto uma pessoa física quanto jurídica, desde que adquira ou utilize produtos e serviços como destinatário final. Entretanto, em torno desse conceito rapidamente surgiu uma grande controvérsia sobre o que poderia ser entendido como “destinatário final”. Assim:

Há aqueles que interpretam essa expressão permitindo que o simples ato de retirar o produto ou serviço do mercado (destinatário fático) já caracteriza uma proteção da lei de consumo, pouco importando a destinação que será dada ao mesmo (chamados de maximalistas). De outro lado, há parte da doutrina que não entende correta a aplicação da lei de consumo quando a aquisição de produtos ou serviços for feita por pessoa física ou jurídica que emprega os mesmos para dar-lhes novas finalidades econômicas (chamados de finalistas) (BESSA; MOURA, 2014, p. 82).

Surgiram, portanto, duas grandes correntes doutrinárias e jurisprudenciais que interpretam a amplitude do conceito de consumidor de maneira diversa, a corrente maximalista ou objetiva, segundo a qual o:

[...] CDC, ao definir o consumidor, apenas exige, para sua caracterização, a realização de um ato de consumo” e que “a expressão destinatário final, pois, deve ser interpretada de forma ampla, bastando a configuração do consumidor que a pessoa, física ou jurídica, se apresente como destinatário fático do bem ou serviço (CAVALIERI, 2019, p. 85).

Desse modo, os adeptos dessa posição acreditam que se a pessoa jurídica ou física retira do mercado de consumo determinado produto, isso, por si só, já bastaria para enquadrá-lo como consumidor, sendo prescindível, portanto, investigar a real finalidade da aquisição do produto ou serviço.

Por outro lado, para os adeptos da teoria finalista ou subjetiva, o consumidor seria apenas “Aquele que põe fim a um processo econômico, que ultima a atividade econômica, ou seja, que retira o bem ou o serviço de circulação do mercado para consumí-lo, suprimindo uma necessidade ou satisfação própria” (CAVALIERI, 2019, p. 86).

Assim, para a teoria finalista ou subjetiva a expressão “destinatário final” deve ser interpretada de maneira restritiva. É necessário, portanto, investigar o escopo da aquisição do produto ou serviço e excluir do conceito de consumidor quem eventualmente adquira tais produtos e serviços com a finalidade precípua de auferir renda ou incrementar atividade econômica.

Por conseguinte, observa-se que ambas as correntes encontram dificuldades teóricas, uma por alargar demais o conceito de consumidor, abarcando nesse conceito, por exemplo, pessoas jurídicas que não são vulneráveis. E a outra, por restringir demais a noção de consumidor, excluindo desse rol, por exemplo, pessoas físicas que adquirem produtos e serviços de grandes corporações para incrementar um pequeno negócio ou uma modesta atividade de prestação de serviços.

Assim, embora seja possível encontrar decisões judiciais que adotem ambas as teorias, atualmente, o Superior Tribunal de Justiça (STJ) vem utilizando uma posição intermediária, denominada pela doutrina de teoria finalista mitigada ou aprofundada. De acordo com esse entendimento, seguindo a jurisprudência, é possível relativizar o conceito de consumidor, para abarcar também pessoas jurídicas, desde que se demonstre sua hipossuficiência técnica, jurídica e econômica.

Dessa forma, pode-se concluir que é consumidor toda pessoa física que adquire produtos ou serviços de um profissional que exerce com habitualidade aquele ofício, seja esse profissional uma empresa ou, até mesmo, uma outra pessoa física. Pode-se entender como sendo consumidor também a pessoa jurídica, desde que comprovadamente vulnerável, a qual adquire produtos e serviços de outra pessoa jurídica mais vultuosa.

Além disso, essa definição de consumidor pode ser alargada ainda mais, para comportar os consumidores por equiparação, consoante disciplina do parágrafo único do art. 2º, art. 17 e art. 29, todos do CDC.

Todavia, por não se enquadrarem no escopo essencial dessa pesquisa, essas possibilidades de consumidor por equiparação não serão analisadas detalhadamente, assim como a possibilidade de pessoas jurídicas serem consumidoras. Isso pelo fato de tais hipóteses terem uma incidência menor nos Procons, tanto pela complexidade dessas demandas quanto pela falta de estrutura dos órgãos consumeristas, na maioria das vezes, para processar tais reclamações.

Portanto, a presente pesquisa abordará apenas a primeira acepção do que vem a ser consumidor, qual seja: a pessoa física que adquire produtos ou serviços de um profissional, que exerce com habitualidade aquele ofício, seja ele uma empresa ou, até mesmo, outra pessoa física.

2.5 DA SOCIEDADE DE CONSUMO AO CAPITALISMO DE VIGILÂNCIA

Após conceituar o consumidor sob o ponto de vista jurídico, a partir deste tópico vamos discutir o perfil desses consumidores e seu comportamento sob outra perspectiva. No tocante ao comportamento do consumidor no âmbito da sociedade de consumo, utilizamos o pensamento do sociólogo polonês Zygmunt Bauman e da filósofa norte-americana Shoshana Zuboff.

Inicialmente, será analisado o pensamento de Bauman (2001), e sua importante contribuição sobre a sociedade capitalista. Nesses termos, o autor analisa a sociedade pós-moderna sob a definição de “modernidade líquida”, fazendo referência a uma sociedade em que as relações estão em estado de liquefação, de volatilidade e de flexibilidade. Assim, o consumismo como fenômeno líquido situa-se dentro do que ele chamou de modernidade líquida.

A respeito disso, Bauman (2001) detalha a forma como as relações, permeadas por algumas características, definem o fenômeno líquido-moderno do consumismo, em que:

A instabilidade dos desejos e a insaciabilidade das necessidades, assim como a resultante tendência ao consumo instantâneo e à remoção, também instantânea, de seus objetos, harmonizam-se bem com a nova liquidez do ambiente em que as atividades existenciais foram inscritas e tendem a ser conduzidas no futuro previsível. Um ambiente líquido-moderno é inóspito ao

planejamento, investimento e armazenamento de longo prazo (BAUMAN, 2001, p. 45).

De acordo com Bauman (2001), a modernidade líquida é uma nova fase da modernidade, na qual “[...] a compulsiva e obsessiva, contínua e irrefreável e sempre incompleta modernização, a opressiva e erradicável, insaciável sede de destruição criativa” (BAUMAN, 2001, p. 30).

Tendo em vista o pensamento de Bauman (2001; 2008), observou-se que esse processo de aceleração das relações, que produziu a modernidade líquida, interferiu nas relações de consumo, contribuindo para moldar novos modos de se relacionar e, sobretudo, consumir. Nesses termos, o sociólogo esclarece que:

Numa sociedade marcada pela agitação, pela ansiedade e, acima de tudo, pela incapacidade de obter uma experiência profunda de felicidade e bem-estar, a disposição consumista desponta como uma forma compensatória do indivíduo vir a obter um razoável nível de prazer em sua vida cotidiana (BAUMAN, 2008, p. 54)

Uma das consequências desse denominado “fenômeno líquido-moderno do consumismo” é observado pelo próprio Bauman (2001), em sua obra “Vidas para Consumo”, em, pelo menos, dois dos três casos aleatórios analisados pelo autor, isto é: a tendência de exclusão ou a maior dificuldade que os consumidores com menos poder aquisitivo enfrentam no mercado de consumo.

Essa afirmação passa pelo recorte de classe, uma vez que Bauman (2001; 2008) entende que a modernidade líquida e a sociedade do consumo definem algumas classes como inferiores considerando o poder aquisitivo.

Este conceito de classe inferior me deixa horripilado. Você não é de uma classe inferior, você está simplesmente excluído (está do lado de fora). As pessoas costumam subestimar a humilhação e o sofrimento que é estar excluído do mundo e preso nos guetos (BAUMAN, 2008, p. 76).

Desse modo, os consumidores menos abastados não interessam muito ao mercado e tendem a ser marginalizados. E por isso mesmo, esses consumidores estarão mais vulneráveis e expostos a práticas infrativas e, obviamente, vão precisar mais dos órgãos e instrumentos de proteção e defesa do consumidor. Pois, segundo o autor, “A característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias” (BAUMAN, 2001, p. 20).

Bauman também afirma que “A sociedade de consumidores desvaloriza a durabilidade, igualando ‘velho’ a ‘defasado’, impróprio para continuar sendo utilizado

e destinado à lata de lixo” (BAUMAN, 2001, p. 31). E esta, de fato, é uma das características marcantes do comportamento do consumidor (impulsionado pelas tendências mercadológicas), sempre querer o produto mais novo e o que foi lançado mais recentemente, desprezando o produto que já possui. Essa maneira de agir é sintomática de uma sociedade consumista: “depreciar e desvalorizar os produtos de consumo logo depois de terem sido promovidos no universo dos desejos dos consumidores” (BAUMAN, 2001, p. 64).

Ademais, Bauman (2001) ainda destaca que o valor supremo dessa “*sociedade de consumidores*” é a promessa de felicidade instantânea e terrena, que está ligada ao consumismo e ao próprio modelo hedonista impregnado na sociedade moderna. No entanto, ressalta que não há evidência de relação direta entre o poder de consumo de uma pessoa, com seu nível de felicidade. E define a “*sociedade de consumidores*”:

[...] o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumistas, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos da cultura de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos, a única escolha aprovada de maneira incondicional (BAUMAN, 2001, p. 71).

Pondera também que, nesse tipo de sociedade, todo mundo deve e precisa ser um consumidor, pois mais do que um direito, consumir passa a ser um dever, até mesmo para aquelas pessoas de menor condição aquisitiva, para não se sentirem ainda mais rejeitados e humilhados socialmente.

O autor expõe a necessidade de comprar frequentemente na sociedade de consumo, uma vez que “é muito difícil encontrar uma pessoa feliz entre os ricos. A felicidade tem a ver com a satisfação de expectativas. O pobre consegue ser feliz com mais frequência exatamente porque a sua vida pede pouco para ser satisfeita” (BAUMAN, 2008, p. 74).

Ainda para ele, “[...] o que se aplica à sociedade de consumidores também se aplica a seus membros individuais” (BAUMAN, 2001, p. 126). Afirma que nesse tipo de sociedade os consumidores nunca podem se sentir plenos e realizados, pois a satisfação é apenas momentânea e temporária, e tais consumidores devem sempre buscar a saciedade de seus anseios e desejos em novos produtos e mercadorias.

Bauman (2001) ainda elenca outro conceito: a chamada “*síndrome consumista*”. Segundo o autor, ela é definida como a capacidade/facilidade que os consumidores têm de aceitar cada vez mais a curta vida útil dos objetos, seja pela

imposição do mercado de consumo de tornar os bens obsoletos rapidamente ou pelo próprio desejo desses consumidores de se satisfazerem adquirindo produtos novos e mais atuais.

Bauman (2001, p. 111) afirma que “A síndrome consumista envolve velocidade, excesso e desperdício”. E continua afirmando que:

[...] consumidores plenos não ficam melindrados por destinarem algo para o lixo. Como regra, aceitam a vida curta das coisas e sua morte predeterminada com equanimidade, muitas vezes com um prazer disfarçado, mas, às vezes, com a alegria incontida da comemoração de uma vitória (BAUMAN, 2008, p. 112).

Tal comportamento apresenta-se como um paradigma e é amplamente difundido nos consumidores desde a tenra idade (às vezes, de maneira sutil, outras vezes, nem tanto). Bauman (2001) ilustra esse plano mercadológico utilizando como exemplo a promoção da fabricante das bonecas Barbie, que prometia descontos na aquisição de uma nova boneca, desde que levassem a boneca usada.

O que de maneira menos atenta pode parecer apenas uma preocupação com a destinação de lixo é, na verdade, um condicionante de que o brinquedo tem prazo determinado e precisa ser substituído por um novo, assim que outro modelo for lançado, em um “padrão de aluguel-aquisição”, como bem definiu o autor. Essa opção reforça nos consumidores mirins, desde cedo, o costume pela efemeridade das coisas (BAUMAN, 2001).

Ao se referir às possíveis “baixas colaterais” provocadas pelo consumismo, ou seja, os efeitos perversos dessa prática na sociedade moderna, Bauman (2001) afirma que o principal efeito colateral do consumismo é a “materialização do amor”, expressão cunhada por Arlie Russell Hochschild, e prossegue citando a seguinte passagem do mencionado escritor:

O consumismo atua para manter a reversão emocional do trabalho e da família. Expostos a um bombardeio contínuo de anúncios graças a uma média diária de três horas de televisão (metade de todo o seu tempo de lazer), os trabalhadores são persuadidos a ‘precisar’ de mais coisas. Para ganhar dinheiro, aumentam sua jornada de trabalho. Estando fora de casa por tantas horas, compensam sua ausência do lar com presentes que custam dinheiro. Materializam o amor. E assim continua o ciclo (BAUMAN *apud* HOCHSCHILD, 2008, p. 153).

De fato, essa é uma grande tendência da sociedade atual, uma busca incessante por dinheiro e por bens e a desvalorização/desmotivação crescente pelas relações interpessoais, sejam elas de caráter familiar ou amoroso. Relegam tais

relacionamentos a uma visão exclusivamente patrimonialista, que pode ser simplesmente adquirida.

Ao analisar os possíveis “danos colaterais múltiplos” desse consumismo moderno, Bauman (2001) concluiu que a principal vítima coletiva desse comportamento social são as pessoas mais humildes e com pouco ou nenhum poder aquisitivo, denominada pelo autor como “subclasse”, pois essas pessoas, segundo Bauman:

Numa sociedade de consumidores – um mundo que avalia qualquer pessoa e qualquer coisa por seu valor como mercadoria – são pessoas sem valor de mercado; são homens e mulheres não-comodificados, e seu fracasso em obter o status de mercadoria autêntica coincide com (na verdade deriva de) seu insucesso em se engajar numa atividade de consumo plenamente desenvolvida. São consumidores falhos, símbolos ambulantes dos desastres que aguardam os consumidores decadentes e do destino final de qualquer um que deixe de cumprir seus deveres de consumo (BAUMAN, 2008, p. 157-158).

O autor concluiu também que outro efeito colateral dessa sociedade consumista é justamente a “crescente incidência de condutas classificadas como criminosas” (BAUMAN, 2001, p. 168), pois, segundo ele, as pessoas pobres que são marginalizadas e colocadas a par do universo do consumo e privadas de seus desejos canalizam suas frustrações e impotências para a criminalidade.

Enquanto Bauman (2001; 2008) reflete em torno da sociedade do consumo, Zuboff (2021) denuncia a era do capitalismo de vigilância, que coloca para a sociedade um novo desafio civilizacional, qual seja, uma mutação do capitalismo da informação. Essa nova era do capitalismo desemboca noutra maneira de conceber as relações e os padrões de consumo. Desse modo, é necessário refletir sobre o conceito de capitalismo de vigilância que, nas palavras da autora, caracteriza-se como:

Uma nova ordem econômica que reivindica a experiência humana como matéria-prima gratuita para práticas comerciais dissimuladas de extração, previsão e vendas; uma lógica econômica parasítica na qual a produção de bens e serviços é subordinada a uma nova arquitetura global de modificação de comportamentos (ZUBOFF, 2021, p. 15).

Observa-se, em conformidade com as palavras da autora, que estamos diante de uma nova era de um capitalismo ainda mais nefasto e perigoso para as relações humanas e, acima de tudo, consumeristas, tendo em vista que se estimula um cerceamento das possibilidades e das liberdades individuais das pessoas. Zuboff (2021) apresenta algumas querelas causadas por essa mutação parasitária do capitalismo, entre elas: o acúmulo de informações sobre pessoas.

Para a filósofa, isso representa um perigo seríssimo ao século XXI, pois “O capitalismo de vigilância reivindica de maneira unilateral a experiência humana como matéria-prima gratuita para a tradução em dados comportamentais” (ZUBOFF, 2021, p. 22). A inteligência artificial tem produzido “previsões de comportamento” e, também, modulação de comportamento. Cientes disso, os capitalistas da vigilância têm garantido formas de manter o lucro por meio dessa manipulação.

Os capitalistas de vigilância descobriram que os dados comportamentais mais preditivos provêm da intervenção no jogo de modo a incentivar, persuadir, sintonizar e arrebanhar comportamento em busca de resultados lucrativos. Pressões de natureza competitiva provocaram a mudança, na qual processos de máquina automatizados não só *conhecem* nosso comportamento, como também *moldam* nosso comportamento em escala. (ZUBOFF, 2021, p. 23, grifos da autora).

Zuboff (2021) nos direciona ao entendimento de que o capitalismo de vigilância não tem precedentes, ele é irreconhecível. Assim, embora ele utilize de tecnologia, inteligência artificial, deve-se ter em mente que ele não pode ser reduzido às máquinas e às tecnologias empregadas.

O capitalismo de vigilância emprega muitas tecnologias, mas não pode ser igualado a uma específica. Suas operações podem empregar plataformas, mas essas operações não são o mesmo que plataformas. Ele emprega inteligência de máquina, mas não pode ser reduzido a esses equipamentos. (ZUBOFF, 2021, p. 32)

Nota-se que as relações de consumo, da forma como é concebida, são oriundas da sociedade capitalista que as cria e as coloca em vigência e que sofreram alterações expressivas ao longo das últimas décadas. Embora Bauman (2001; 2008) apresente uma visão importante e necessária sobre a sociedade do consumo, revelando suas contradições, deve-se considerar que o comportamento dos consumidores é hoje mais do que influenciado, mas também moldado, conforme Zuboff (2021) esclarece.

2.6 COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Nesta seção, é fundamental apresentar a noção de comportamento dos consumidores com base em uma visão da doutrina, bem como a relação existente entre o comportamento deles e o consumo. Para tanto, vamos analisar as discussões trazidas por Tania Maria Vidigal Limeira em seu livro “Comportamento do Consumidor Brasileiro”, no qual a autora afirma que:

Consumir é um tipo de comportamento que faz parte do nosso cotidiano. Desde a hora em que despertamos de manhã até irmos dormir no final de um dia comum, estamos consumindo produtos e serviços. Se fizermos uma lista de tudo que compramos e usamos durante o dia ou uma semana, teremos uma clara noção da importância do consumo em nossa vida (LIMEIRA, 2008, p. 04).

Assim, seja por questões fisiológicas ou supérfluas, o ato de consumir bens e serviços é cada dia mais crescente na sociedade moderna, derivando disso a importância de se compreender melhor o comportamento dos consumidores, suas características pessoais, seu nível de conhecimento, sua volatilidade em ceder aos encantos do consumismo e, até mesmo, seus aspectos psicológicos.

De acordo com a autora citada anteriormente, com base em conceitos comportamentais da psicologia, define-se “[...] o comportamento do consumidor como um conjunto de reações ou respostas dos indivíduos a determinados estímulos, os quais decorrem de fatores pessoais, ambientais e de marketing” (LIMEIRA, 2008, p. 08).

Nesses termos, o comportamento do consumidor pode ser influenciado pela “personalidade e das características particulares do indivíduo”, pelos “valores compartilhados, opiniões de membros da família e de grupos de referência”, assim como por estímulos de marketing, que “são as decisões de produto, preço, distribuição e promoção que estão sob controle da empresa e que visam provocar certas respostas nos consumidores” (LIMEIRA, 2008, p. 08).

Entender o comportamento do consumidor e suas características pessoais é importante tanto para as empresas fornecedoras direcionarem suas ações de marketing e atingirem melhor seu público-alvo como para os órgãos de proteção e defesa do consumidor identificarem os consumidores mais vulneráveis e, possivelmente, mais expostos a práticas infrativas. Isso é comum no capitalismo de vigilância destacado por Zuboff (2021), pois, além de direcionar ações de marketing ao consumidor, também vai moldar seu modo de agir.

Diante dessa realidade que produz impactos significativos na sociedade, o estudo do comportamento do consumidor tornou-se “Uma disciplina acadêmica e uma ciência social aplicada que visa explicar como e por que os indivíduos, os grupos ou as organizações tomam decisões de troca de seus recursos, como tempo e dinheiro, por produtos e serviços” (LIMEIRA, 2008, p. 13).

Mostrando-se limitadas, as teorias econômicas não conseguiram mais explicar as nuances do comportamento do consumidor de modo adequado, fazendo com que outras áreas do campo científico tomassem a dianteira, pois:

[...] a teoria econômica tenta explicar como o consumidor deveria comportar-se, e não como ele realmente se comporta. Além disso, a teoria focaliza o produto e não o consumidor, considerando a utilidade como uma característica do produto consumido, sem explicar as necessidades e as motivações dos consumidores (LIMEIRA, 2008, p. 94).

Limeira (2008, p. 103) salienta que “[...] o comportamento do consumidor é influenciado por fatores como a motivação, o envolvimento, a percepção, o aprendizado, as atitudes e a personalidade”, e “Esses fatores psicológicos irão influenciar a maneira como os consumidores percebem e interagem com o ambiente, bem como suas decisões de compra” (LIMEIRA, 2008, p. 103).

Nessa perspectiva, segundo a autora, “A motivação é o processo psicológico que leva as pessoas a se comportarem de determinada maneira” e que esta motivação “pode ser causada por fatores internos (psicológicos, biológicos) ou externos (estímulos do ambiente, culturais ou sociais)” (LIMEIRA, 2008, p. 103).

Por outro lado, o envolvimento é:

[...] a importância e/ou interesse percebido na aquisição, no consumo e na utilização de um produto, serviço ou ideia. À medida que aumenta o envolvimento, o consumidor tem mais motivação para compreender, memorizar e utilizar as informações recebidas. Quanto maior o envolvimento, maior é o tempo e o esforço que o consumidor investe nas etapas de busca e avaliação de alternativas, bem como na decisão de compra (LIMEIRA, 2008, p. 105).

E complementa:

Além disso, as percepções que o consumidor acredita ter construído, podem influenciar fortemente a maneira pela qual o mesmo se comporta, sendo que esta percepção pode ser definida como sendo: [...] o processo pelo qual as sensações são selecionadas, organizadas e interpretadas, ou seja, como atribuímos sentido às sensações geradas pelos estímulos. A percepção não é somente uma função dos estímulos externos, mas também resulta de fatores internos como as motivações, as atitudes, as expectativas, os valores e as experiências dos indivíduos (LIMEIRA, 2008, p. 105).

Outrossim, o aprendizado é “Um processo contínuo, ao longo da vida, que leva a mudanças no conhecimento, nas atitudes e no comportamento. Os gostos, os valores, as crenças, as preferências e os hábitos das pessoas, que influenciam nas decisões de compra e no consumo são o resultado de um aprendizado anterior” (LIMEIRA, 2008, p. 107).

E, por fim, o último fator, de acordo com a autora, que influencia o comportamento do consumidor, é a atitude, que pode ser definida como:

[...] a avaliação geral que um indivíduo faz em relação a pessoas (inclusive a si próprio), objetos, acontecimentos ou símbolos. Tais avaliações são duradouras e podem ser positivas ou negativas. A atitude orienta os indivíduos nas decisões e nos comportamentos. Em geral, as pessoas tendem a se comportar de modo consistente com suas atitudes. Por isso, a expressão “formação de atitude” é usada para descrever o comportamento do consumidor (LIMEIRA, 2008, p. 107).

Desse modo, é bastante relevante entender o comportamento do consumidor no que diz respeito ao ato de consumir bens e serviços, e também analisar como o consumidor se comporta após a aquisição do bem ou serviço. Isso interessa tanto aos fornecedores, visto que é extremamente importante ter consumidores satisfeitos com seus produtos, assim como interessa também aos órgãos de defesa do consumidor que, eventualmente, são os locais em que os consumidores registram suas reclamações e insatisfações.

Ainda de acordo com Limeira (2008), o comportamento do consumidor insatisfeito e suas ações podem ser divididas em duas categorias: as ações públicas e as privadas, nos seguintes termos:

[...] as públicas (queixa à empresa envolvida ou aos órgãos fiscalizadores, ações legais para obter ressarcimento, etc.) e as privadas (boicote ao fabricante ou revendedor, divulgação boca a boca da experiência negativa, etc.). São duas as categorias de ações públicas: a chamada ação direta, isto é, a queixa ao vendedor ou produtor, e a ação indireta (ou ação por meio de terceiros), que designa a queixa a órgãos públicos ou privados de defesa do consumidor (LIMEIRA, 2008, p. 369).

Esse comportamento do consumidor após a compra do bem ou serviço cada dia mais vem despertando o interesse dos fornecedores, por dois motivos:

[...] em primeiro lugar, as empresas estão se sentindo pressionadas pela atuação dos órgãos governamentais de defesa do consumidor, como o Procon, que se utilizam do Código de Defesa do Consumidor para salvaguardar os direitos do consumidor; o segundo motivo é que as empresas, cada vez mais, estão percebendo que muitos de seus negócios dependem dos clientes atuais e satisfeitos (LIMEIRA, 2008, p. 369).

Portanto, analisar o comportamento do consumidor tem relevância, pois permite entender melhor seus anseios, além de assegurar a satisfação do consumidor, para evitar demandas desnecessárias relacionadas à relação de consumo.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

O presente trabalho caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, pois a análise proposta atua na análise de fenômenos que envolvem as pessoas e as relações sociais. De acordo com Godoy:

Segundo esta perspectiva, um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada. Para tanto, o pesquisador vai a campo buscando “captar” o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes. Vários tipos de dados são coletados e analisados para que se entenda a dinâmica do fenômeno (GODOY, 1995, p. 21).

Além disso, Chizzotti (1995, p. 79) aponta que “A abordagem qualitativa parte do fundamento de que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, uma interdependência viva entre o sujeito e o objeto, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito”.

Assim sendo, ao utilizar a observação de fenômenos e buscar as relações entre eles, a pesquisa adotou um método indutivo, visto que ele utiliza de:

[...] dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contidas nas partes examinadas. Portanto, o objetivo dos argumentos indutivos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam (LAKATOS, 2003, p. 86).

A modalidade do trabalho é entendida como uma pesquisa de campo. Compreende-se pesquisa de campo como aquela que “[...] caracteriza-se pelas investigações em que, além da pesquisa bibliográfica e/ou documental, se realiza coleta de dados junto a pessoas, com o recurso de diferentes tipos de pesquisa (pesquisa ex-post-facto, pesquisa-ação, pesquisa participante, etc.)” (GERHARDT; SILVEIRA, 2009, p. 37). Desse modo, tem como estratégia analisar as reclamações formalizadas no Procon Municipal de Nanuque, além de pesquisas individuais com os consumidores que utilizaram os serviços do órgão no ano de 2020.

3.1 SUJEITOS DA PESQUISA

A pesquisa tem como sujeitos principais os cidadãos que utilizaram os serviços do órgão consumerista para buscar a resolução de alguma demanda em 2020. E toda

a pesquisa foi desenvolvida no âmbito do Procon Municipal de Nanuque – Minas Gerais, analisando os procedimentos formalizados nesse órgão nesse período.

Para isso, foram consideradas todas as demandas formalizadas no órgão em 2020, totalizando 166 reclamações, entre CIPs e PAs. Desse total de 166 consumidores, 103 mulheres e 63 (sessenta e três) homens, foram escolhidos aleatoriamente dez consumidores para serem os sujeitos da pesquisa, correspondendo a cerca de 6% (seis por cento) do global.

Os consumidores que participaram da pesquisa foram selecionados por meio de sorteio numérico realizado tendo como base a numeração ordinária dos procedimentos administrativos do órgão. Assim, o consumidor foi escolhido se o número de seu procedimento coincidiu com um dos números sorteados.

O convite para participar da pesquisa foi feito por meio de contato telefônico ou mensagem de texto enviada por aplicativos de mensagem para o número cadastrado pelo consumidor quando protocolou a reclamação junto ao órgão.

As informações da pesquisa foram obtidas com auxílio de entrevista estruturada aplicada aos sujeitos na sede do Procon, contendo perguntas pessoais a respeito do perfil do consumidor e indagações acerca das suas percepções e dúvidas sobre o Procon e o Direito do Consumidor.

3.2 AMBIENTE DA PESQUISA

O Procon Municipal de Nanuque – MG é um órgão administrativo de proteção e defesa do consumidor que busca atender aos consumidores locais, esclarecendo dúvidas e orientando-os, além de intermediar acordos para solucionar contendas entre eles e os fornecedores.

Além disso, o órgão também formaliza reclamações, notifica os fornecedores, realiza audiências de conciliação e efetiva julgamentos, no âmbito de sua competência, impondo sanções aos fornecedores que desobedecem às determinações ou infringem as regras atinentes ao direito do consumidor.

No que se refere à competência do Procon, Andréa Janaína Machado o define da seguinte forma:

O Procon possui a finalidade de defender os consumidores de possíveis danos causados ou oriundos das relações de consumo a que estes se submetem de forma direta ou indireta e tem por objetivo principal proteger, orientar, educar e fiscalizar toda e qualquer relação de consumo, de forma a

garantir relações comerciais saudáveis e que não gerem riscos aos consumidores (MACHADO, 2010, p. 20).

Complementa a autora que o Procon:

[...] não tem poder para quebrar cláusulas contratuais, obrigar ou constranger alguém a fazer ou deixar de fazer algo, penhorar bens, conceder liminar e estipular indenizações por dano material e moral. Trata-se de órgão administrativo de procedimento simplificado que funciona como um “filtro judicial” (MACHADO, 2010, p. 24).

Especificamente, em relação ao Procon Municipal de Nanuque – MG, ele existe há mais de 25 (vinte e cinco anos), tendo sido instituído pela Lei nº 1.310/1994, de 5 de outubro de 1994, com a função precípua de “elaborar, executar e fiscalizar a política de defesa do consumidor no Município de Nanuque” (NANUQUE, 1994), consoante art. 1º da referida legislação.

Atualmente, o órgão é regido pela Lei nº 2.376, de 6 de julho de 2017, com as alterações introduzidas pela Lei nº 2.448/2018, e é vinculado à Procuradoria Municipal, conforme disposição do art. 3º da Lei 2.376/17. Contudo, funciona de maneira autônoma, tem espaço físico independente e um Diretor Geral, responsável pela condução administrativa, pelo assessoramento jurídico, condução dos procedimentos administrativos e prolação de decisões.

O órgão tem estrutura modesta, conta apenas com três funcionários: uma auxiliar de serviços gerais, um agente administrativo e o diretor geral do órgão, sendo que, atualmente, apenas o último tem formação jurídica e o cargo é comissionado.

Assim, por questões de ordem técnica e de limitação do quadro de funcionários, o órgão não consegue realizar atividades mais complexas, como fiscalizações ou atuações coletivas, mas dentro de suas limitações colabora, sobremaneira, com a sociedade nanuquense. Convém ressaltar a disponibilidade dos gestores da citada instituição em atender às demandas do pesquisador quando solicitou espaço para realizar esta pesquisa. Em nenhum momento surgiram dificuldades nesse sentido.

3.3 FASES DA PESQUISA

Como o Procon é um órgão público e os cidadãos que o utilizam as peças centrais da presente pesquisa, ela foi desenvolvida consoante quadro esquemático a seguir:

Quadro 1 – Etapas da Pesquisa

| Etapa | Atividade a ser realizada | Como será feito |
|--------------|--|---|
| 01 | Verificação das demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque – MG no ano de 2020 e sorteio entre elas de dez consumidores para responderem ao questionário elaborado. | Criação de uma tabela com todos os procedimentos formalizados e sorteio aleatório de dez números, que corresponderão aos dez consumidores que responderão ao questionário. |
| 02 | Aplicação dos questionários aos consumidores selecionados. | Os consumidores escolhidos foram convidados a comparecer na sede do Procon Municipal para responderem ao questionário. |
| 03 | Análise de todos os procedimentos formalizados no ano de 2020 de forma individualizada. | Foram selecionados e analisados todos os procedimentos administrativos do ano de 2020. |
| 04 | Comparação entre as respostas e as dúvidas dos consumidores com os dados extraídos da análise dos procedimentos formalizados. | Discussão sobre os dados obtidos nas respostas aos questionários e na análise das demandas formalizadas e estabelecimento de pontos em comum das percepções extraídas. |
| 05 | Elaboração do produto da dissertação, que consistirá em um plano de ação que contemple o esclarecimento das dúvidas dos consumidores, a instrução dos fornecedores e o aperfeiçoamento do atendimento dos consumidores no órgão. | Serão comparadas as principais dúvidas e reclamações formalizadas pelos consumidores com o perfil médio dos cidadãos que procuraram o Procon para elaborar um plano de ação que esclareça, de fato, as dúvidas desses consumidores, assim como auxilie os fornecedores e os funcionários do Procon. |

Fonte: Autoria própria (2021).

Etapa 1

A primeira etapa realizada foi verificar as demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque – MG - no ano de 2020 e, posteriormente, fazer o sorteio aleatório de dez procedimentos. Os consumidores das reclamações sorteadas foram convidados a responder ao questionário previamente elaborado e fazer parte da pesquisa.

Neste ponto, é importante destacar que o termo genérico procedimento administrativo ou demandas formalizadas engloba, no caso em análise, duas modalidades principais de resolução de contendas utilizadas pelo Procon Municipal de Nanuque – MG: a Carta de Investigação/Informação Preliminar e o Processo Administrativo.

A Carta de Informação/Investigação Preliminar (CIP) é utilizada em demandas menos complexas e como tentativa inicial de resolver os conflitos, visando evitar a deflagração imediata de um Procedimento Administrativo (PA).

Ressalta-se, ainda, que grande parte das CIPs sequer são convertidas em PAs. Todavia, pelo fato de serem devidamente formalizadas junto ao Procon e em sua grande maioria alcançarem a finalidade proposta, a resolução dos problemas enfrentados pelos consumidores, mereceram a atenção desta pesquisa.

Etapa 2

Após organizar ordenadamente os procedimentos (Cartas de Informação/Investigação Preliminar e Processos Administrativos), fazer o sorteio dos consumidores que participariam da pesquisa e o convite devidamente aceito, eles responderam ao questionário elaborado (Apêndice A), que foi conduzido no formato estruturado.

Essas entrevistas foram realizadas no próprio espaço físico do Procon Municipal de Nanuque-MG, sendo que os consumidores sorteados foram convidados a comparecer na sede do órgão para responder ao questionário proposto. Com base nas respostas e posterior análise das reclamações formalizadas, foi possível identificar o perfil desses cidadãos e suas principais inquietações.

Etapa 3

O próximo passo foi reunir todas as reclamações registradas junto ao órgão no ano de 2020 e analisar, individualmente, cada uma delas. Esses procedimentos foram registrados de maneira física e de forma escrita, contendo a reclamação do consumidor, seus documentos pessoais, documentos comprobatórios e demais atos procedimentais. Essas CIPs e PAs têm capa, numeração individual e ordenação de documentos em ordem cronológica. Após o fim dos trâmites, foram devidamente arquivadas.

Portanto, no momento em que foi realizada esta etapa, a grande maioria dessas reclamações já se encontravam no arquivo do órgão e foram retiradas desse local para serem examinadas.

Durante essa investigação minuciosa, sistemática e individualizada de todas essas CIPs e PAs, foram registrados, principalmente, os dados pessoais dos consumidores relativos ao gênero, idade e bairro onde residem; assim como os tipos de reclamações mais frequentes, entre outros pontos.

Etapa 4

Nesta etapa, buscou-se correlacionar os dados extraídos da análise dos procedimentos formalizados com o perfil e as dúvidas mais frequentes dos consumidores locais que utilizaram os serviços do Procon Municipal. A finalidade foi discutir as principais dúvidas e direitos dos consumidores, visando estabelecer pontos em comum nas percepções extraídas, para que fosse possível elaborar um plano de

ação capaz de dirimir as dúvidas mais frequentes desses consumidores e esclarecer os fornecedores sobre as reclamações mais constantes.

Durante todas as fases do projeto, a pesquisa bibliográfica foi consultada para sempre ter em mente as bases teóricas do trabalho. Todo o material utilizado foi de responsabilidade do pesquisador, que providenciou os impressos para fazer as entrevistas, o computador para análise dos dados, entre outros, necessários no decorrer do trabalho.

Etapa 5

Nesta etapa foi elaborado o plano de ação, alicerçado em três pilares fundamentais, ou seja, esclarecer as dúvidas dos consumidores; instruir os fornecedores e aperfeiçoar o atendimento.

No primeiro dos pilares, esclarecer as dúvidas dos consumidores foram contempladas as principais dúvidas apresentadas por eles, as demandas mais incidentes no órgão, o perfil e a escolaridade desses consumidores e os meios de comunicação que mais utilizam para propor alternativas para sanar as suas incertezas.

Além disso, também foram propostas alternativas para instruir melhor os fornecedores locais sobre as principais demandas do órgão, para que possam minimizá-las sem a necessidade da intervenção do órgão, assim como foram sugeridos mecanismos para treinar os funcionários do Procon, visando aperfeiçoar o atendimento prestado por eles.

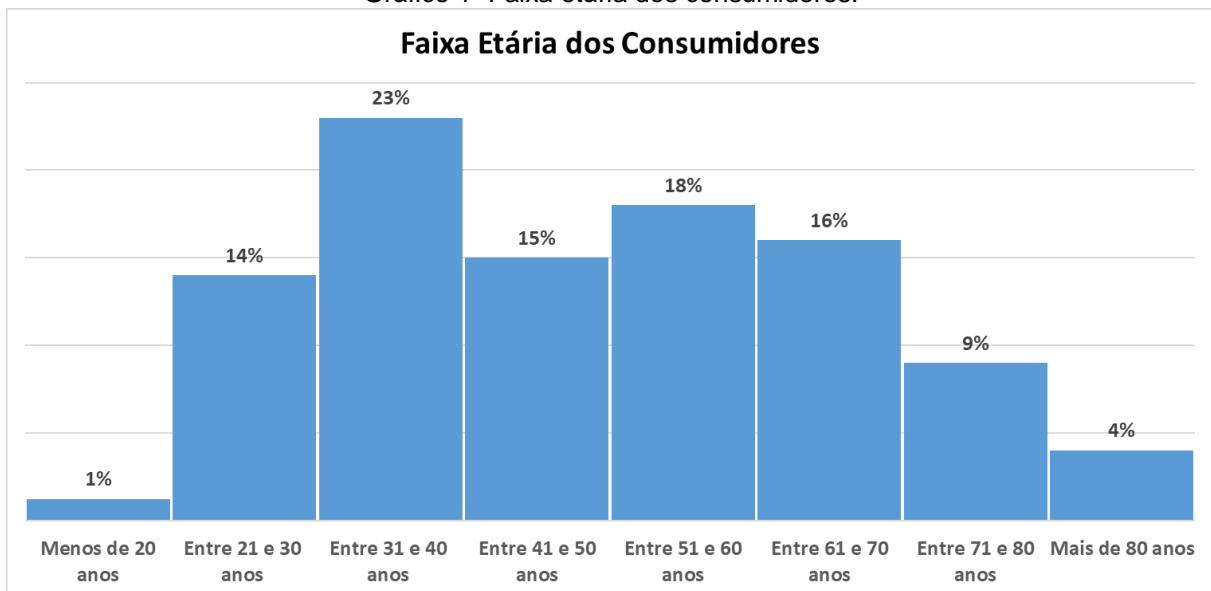
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Antes de adentrar ao âmago da pesquisa e suas conclusões, é preciso conhecer, mesmo que sucintamente, o perfil dos consumidores que formalizaram reclamações no Procon Municipal de Nanuque – MG em 2020 e identificar as características e os traços em comum entre eles.

Nesse ponto, o primeiro critério a ser observado foi a faixa etária desses consumidores, pois o perfil de idade do cidadão influencia bastante a forma com que ele lida com o consumo e com os eventuais problemas da relação de consumo.

Assim, ao analisar as reclamações formalizadas no Procon no ano de 2020 observou-se que a idade média dos cidadãos que procuraram o órgão nesse ano foi de 50 anos de idade, estando a faixa etária deles distribuída da seguinte forma:

Gráfico 1- Faixa etária dos consumidores.



Fonte: Autoria própria (2021).

Outrossim, a incidência de reclamações entre consumidores mais jovens, com menos de 30 anos, foi de apenas 15% (quinze por cento), enquanto as reclamações de idosos entre 61 e 90 anos foi de 29 % (vinte e nove por cento), praticamente o dobro.

Um dos fatores que podem explicar essa diferença é justamente o aumento da expectativa de vida da população brasileira nos últimos anos. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) divulgados em 2018, o número de idosos no Brasil (pessoas acima de 60 anos) havia superado

a marca dos 30,2 milhões em 2017, ou seja, representava 14,60% (catorze inteiros e sessenta centésimos por cento) do total do contingente populacional do país.

E esse número tende a crescer ainda mais nas próximas décadas,

[...] como aponta a Projeção da População, do IBGE, atualizada em 2018. Segundo a pesquisa, em 2043, um quarto da população deverá ter mais de 60 anos, enquanto a proporção de jovens até 14 anos será de apenas 16,3%. Segundo a demógrafa do IBGE, Izabel Marri, a partir de 2047 a população deverá parar de crescer, contribuindo para o processo de envelhecimento populacional – quando os grupos mais velhos ficam em uma proporção maior comparados aos grupos mais jovens da população (PERISSÉ; MARLI, 2019).

Contudo, além desse envelhecimento populacional, outro fator que pode explicar essa diferença entre as reclamações dos idosos em relação aos mais jovens é a maior dificuldade que eles enfrentam para solucionar suas demandas sem o auxílio do órgão consumerista, pois, devido à idade avançada, tornam-se ainda mais vulneráveis na relação de consumo e tendem a ter seus direitos mais desrespeitados.

Por outro lado, esses dados refletem, provavelmente, a busca pelos mais jovens por outros meios de resolução das contendas consumeristas antes de formalizarem reclamações no Procon. Exemplos desses meios são as ouvidorias disponibilizadas por alguns fornecedores e sites de registro de reclamações, sejam eles oficiais, como o Consumidor.gov.br ou informais como o Reclame AQUI, entre outros.

Convém esclarecer que o Consumidor.gov.br “É um serviço público e gratuito que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução alternativa de conflitos de consumo pela internet” (BRASIL, 2021). Desse modo, é um site no qual o consumidor pode registrar suas reclamações contra determinados fornecedores que estejam previamente cadastrados na plataforma. Após o registro, as empresas têm um prazo de 10 (dez) dias para analisar e se manifestar acerca da reclamação e, após a resposta da empresa, o consumidor tem um período de 20 dias para avaliar o atendimento e informar se a reclamação foi resolvida ou não.

Ressalta-se, entretanto, que a plataforma:

[...] não constitui um procedimento administrativo e não se confunde com o atendimento tradicional prestado pelos Órgãos de Defesa do Consumidor. Sendo assim, a utilização desse serviço pelos consumidores se dá sem prejuízo ao atendimento realizado pelos canais tradicionais de atendimento do Estado providos pelos Procons Estaduais e Municipais, Defensorias Públicas, Ministério Público e Juizados Especiais Cíveis (BRASIL, 2021).

Já o Reclame AQUI não é um canal institucional ou um serviço público, mas um site independente e gratuito, e “atua como canal de comunicação entre consumidores e empresas de todo o Brasil”, notificando as empresas cadastradas assim que as reclamações são publicadas no site, para que elas possam buscar formas de resolver a demanda do consumidor insatisfeito (RECLAME AQUI, 2017).

O uso dessas plataformas, especialmente pelas pessoas mais jovens, tem crescido dia após dia, pois permite, em alguns casos, a resolução da demanda de maneira totalmente virtual, dispensando, em certas situações, a atuação do órgão consumerista.

Outro dado relevante analisado diz respeito ao gênero dos cidadãos que foram ao Procon em 2020, prevalecendo nesse item uma considerável presença feminina, totalizando 62% (sessenta e dois por cento) das reclamações formalizadas, contra 38% (trinta e oito por cento) das demandas feitas por homens.

Importante, no entanto, distinguir o conceito de sexo da definição de gênero. De acordo com Tania Maria Vidigal Limeira (2008, p. 236), “O conceito de sexo designa a característica biológica (órgão sexual) que distingue a mulher do homem”, já a definição de gênero “Refere-se à forma que a diferença sexual adquire em cada sociedade, ou seja, aos papéis e status atribuídos culturalmente a cada sexo”.

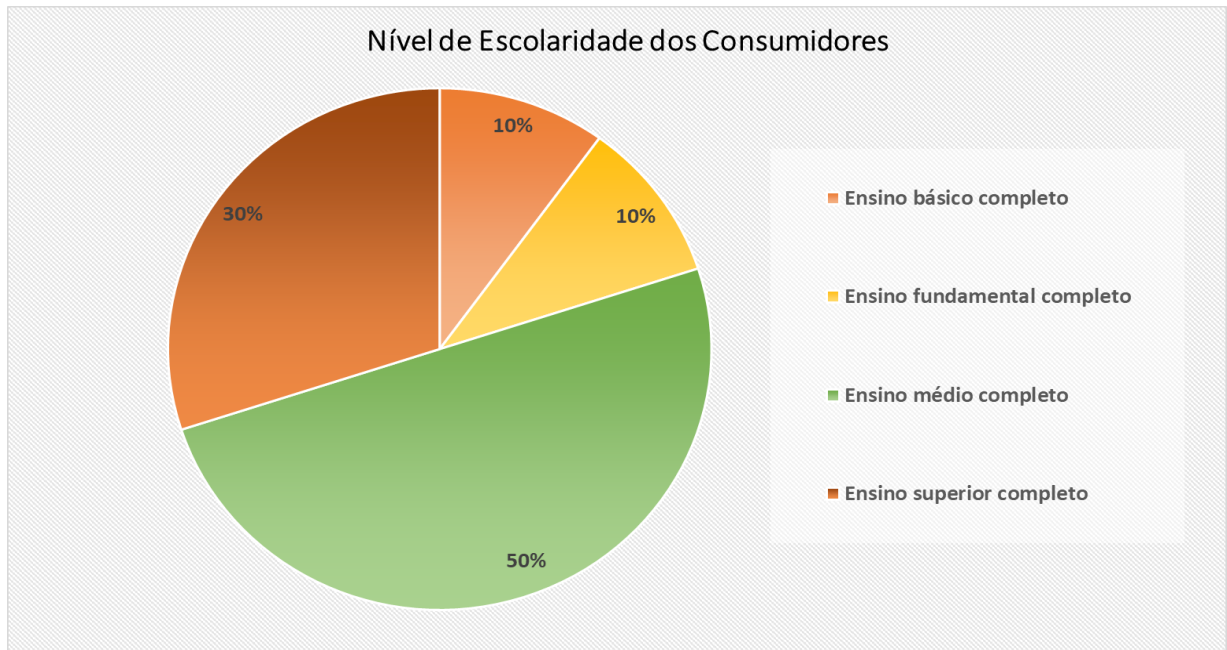
Afirma também:

A teoria de gênero considera que as relações de gênero (entre homens e mulheres) ocorrem de modo distinto em cada sociedade, período histórico, grupo étnico, classe social e geração. Isso quer dizer que o “ser mulher” e o “ser homem” são uma construção social e histórica, que se desenvolve à medida que as concepções socioculturais de gênero, ou papéis sexuais, são internalizadas por homens e mulheres (LIMEIRA, 2008, p. 236).

Ao analisar esse dado especificamente, é possível perceber com clareza que as mulheres se mostraram mais diligentes e empenhadas em buscar seus direitos e coibir práticas infrativas. Dado que pode revelar também que o gênero feminino, por vezes, é mais desrespeitado em seus direitos pelo simples fato de ser mulher, o que as impulsiona a procurar auxílio de terceiros para tentar solucionar suas contendas.

Outra característica que contribuiu para traçar o perfil médio dos cidadãos que formalizaram reclamações no Procon de Municipal de Nanuque – MG, em 2020, foi o nível de escolaridade desses consumidores, conforme mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2- Nível de escolaridade dos consumidores



Fonte: Autoria própria (2021).

Esse gráfico mostra um dado interessante: 80% (oitenta por cento) das demandas do órgão foram ingressadas por cidadãos com ensino médio completo ou ensino superior completo. Isso poderia significar que consumidores com nível mais baixo de escolaridade tendem a ter seus direitos mais respeitados. Todavia, a conclusão mais óbvia é justamente a inversa, a de que os consumidores com menos instrução escolar são igualmente ou até mais prejudicados em seus direitos. Isso ocorreria pelo fato de serem comumente subjugados pela falta de estudo, e por desconhecerem seus direitos e nem saberem como efetivá-los, eles não procuram o órgão consumerista para auxiliá-los a resolver problemas que surgiram em uma eventual aquisição de bens ou serviços.

Convém salientar que o número de cidadãos com apenas até o ensino fundamental completo, infelizmente, é bem maior do que os que têm o ensino superior completo, por exemplo, muito embora esse último grupo de pessoas tenha formalizado mais reclamações. Prova disso é que, de acordo com a Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílios Contínua (PNAD) realizada em 2019:

[...] 46,6% da população de 25 anos ou mais de idade estava concentrada nos níveis de instrução até o ensino fundamental completo ou equivalente; 27,4% tinham o ensino médio completo ou equivalente; e 17,4%, o superior completo (IBGE, 2020).

Esse cenário reforça a importância de elaborar e efetivar um plano de ação que contemple tais consumidores e dialogue de forma efetiva com eles, apresentando dados e informações que eles possam absorver de forma simples e direta.

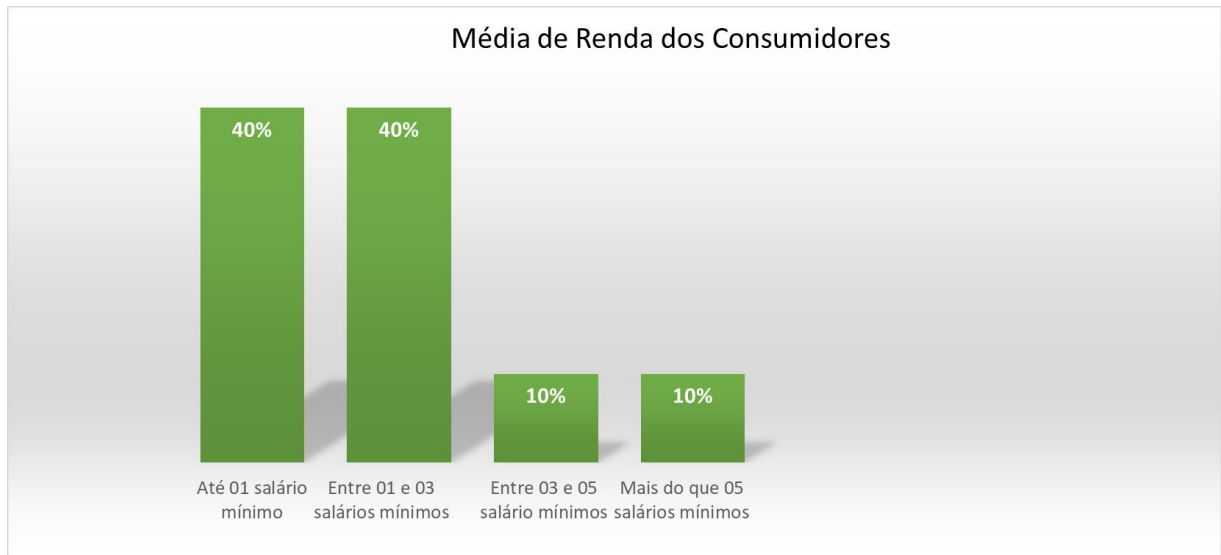
Outro ponto relevante refere-se ao local de residência. Praticamente, a metade dos consumidores que formalizaram reclamações no órgão em 2020 residiam no centro da cidade, mais especificamente 48% (quarenta e oito por cento), contra 52% (cinquenta e dois por cento) distribuídos por todos os bairros da cidade, englobando um contingente populacional bem maior do que o número de cidadãos residentes no centro.

Ademais, não se registrou nenhuma reclamação de morador da zona rural ou dos distritos do Município, o que reforça a conclusão de que há um claro vínculo entre o acesso ao conhecimento (medido aqui pelo nível de escolaridade) e a localidade onde reside o consumidor e a busca pelos seus direitos, especialmente, os direitos do consumidor.

Por fim, é importante apresentar também o nível médio de renda dos consumidores estudados, mensurado conforme explicitado no Gráfico 3.

Assim, ao analisar o Gráfico 3, pode-se afirmar que o público majoritariamente atendido no Procon Municipal de Nanuque-MG pertence às camadas que são financeiramente menos favorecidas da sociedade, ou seja, aqueles cidadãos com menor poder aquisitivo e com renda mensal média de até três salários mínimos. Não discutimos questões, como por exemplo, o fato de determinada camada da população que financeiramente é mais favorecida, pois foi uma questão que nos surgiu no final da pesquisa, sendo uma das possibilidades de desdobramentos futuros da presente pesquisa.

Gráfico 3- Média de renda dos consumidores



Fonte: Autoria própria (2021).

Essa parcela da população corresponde a 80% (oitenta por cento) do público que formalizou reclamação no órgão em 2020. E isso se explica porque os serviços ofertados são totalmente gratuitos, o que lhes permite utilizar os serviços do órgão sem qualquer tipo de receio.

Portanto, ao ligar tais informações, pode-se concluir que o perfil médio dos consumidores desse Procon Municipal no período em que foi realizada a pesquisa é o de uma mulher, de mais ou menos 50 anos de idade, residente no centro da cidade, com o ensino médio completo e renda média de até três salários mínimos.

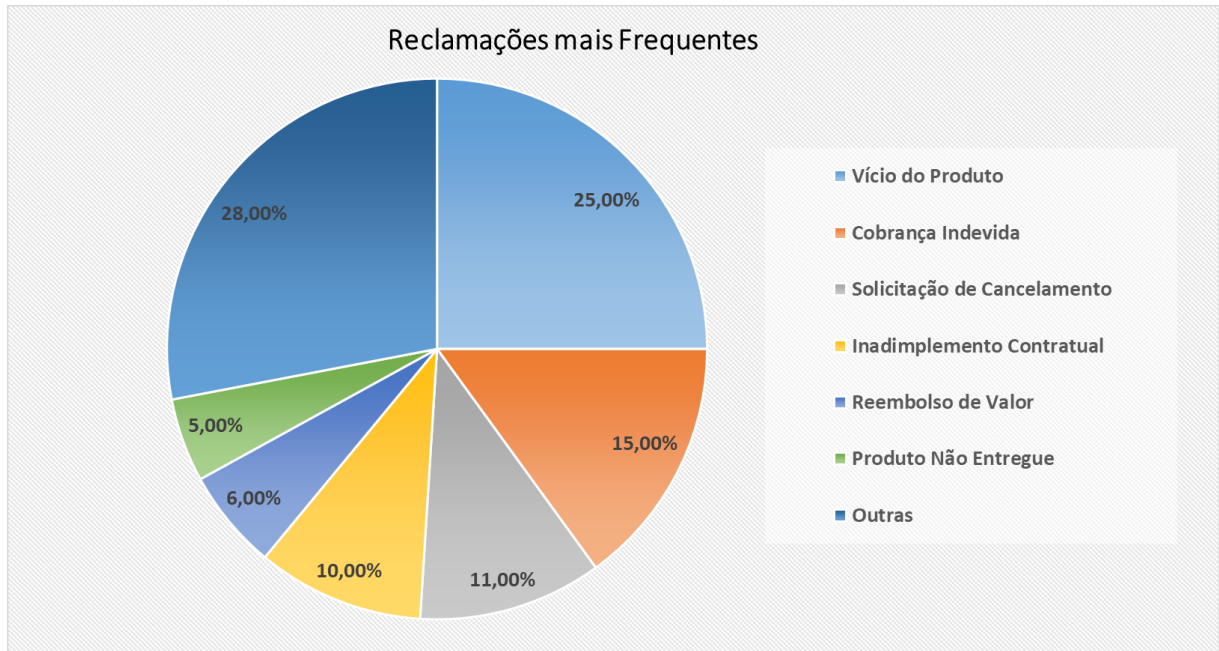
4.1 VERIFICAÇÃO DAS RECLAMAÇÕES MAIS FREQUENTES NO PROCON

Após traçar o perfil dos cidadãos que fizeram reclamações no Procon Municipal de Nanuque – MG, no ano de 2020, na busca de identificar as características mais marcantes desses consumidores, foi fundamental verificar quais foram as reclamações mais frequentes e discorrer sobre elas. Essa tarefa não foi das mais fáceis, visto que, ao levar em consideração as características de cada consumidor e suas reclamações, as variadas matizes desse ramo do Direito e as multiplicidades de reivindicações que uma mesma reclamação pode carregar em si, o grau de complexidade aumenta, pois são muitas variáveis a serem analisadas.

Nessa perspectiva, e para fins meramente didáticos e científicos, de acordo com as análises feitas sistematicamente referentes às reclamações formalizadas no

órgão, emergiram seis espécies de reclamações mais frequentes. Entretanto, os casos não foram necessariamente iguais, mas buscou-se focar na reivindicação ou no pedido principal da reclamação para categorizá-la em cada uma das espécies de reclamações a seguir apresentadas no gráfico da Figura 4.

Gráfico 4- Reclamações mais frequentes



Fonte: Autoria própria (2021).

Portanto, a reclamação de maior incidência no órgão, correspondente a $\frac{1}{4}$ (um quarto) do total, refere-se a Vício do Produto, que ocorre justamente quando o produto comercializado não atende às suas funcionalidades específicas e esperadas. “Assim, o CDC determina que, independentemente da garantia oferecida pelo fornecedor (conhecida como “garantia de fábrica”), os produtos e serviços devem ser adequados aos fins a que se destinam, devem funcionar bem, atender às justas expectativas do consumidor” (BESSA; MOURA, 2014, p. 129).

A disposição sobre a responsabilidade dos fornecedores por esses vícios existentes no produto está no artigo 18 do CDC, que assim dispõe em seu *caput*:

Art. 18. Os fornecedores de produtos de consumo duráveis ou não duráveis respondem solidariamente pelos vícios de qualidade ou quantidade que os tornem impróprios ou inadequados ao consumo a que se destinam ou lhes diminuam o valor, assim como por aqueles decorrentes da disparidade, com a indicações constantes do recipiente, da embalagem, rotulagem ou mensagem publicitária, respeitadas as variações decorrentes de sua natureza, podendo o consumidor exigir a substituição das partes viciadas (BRASIL, 1990).

Desse modo, é “importante destacar que o vício do produto pode ser de qualidade ou de quantidade” (BESSA; MOURA, 2014, p. 130). Nesse sentido, o vício do produto pode ser configurado, por exemplo, quando o consumidor compra um pacote de cinco quilos de arroz e descobre que ele tem apenas três quilos, ou quando compra um notebook e ele desliga repentinamente de hora em hora.

Todavia, não se pode confundir vício do produto ou do serviço com fato do produto ou do serviço. De acordo com Cavalieri:

Ambos decorrem de um defeito do produto ou do serviço, só que no *fato do produto* ou do serviço o defeito é tão grave que provoca um acidente que atinge o consumidor, causando-lhe dano material ou moral. O defeito compromete a segurança do produto ou serviço. *Vício*, por sua vez, é defeito menos grave, circunscrito ao produto ou serviço em si; um defeito que lhe é inerente ou intrínseco, que apenas causa o seu mau funcionamento ou não funcionamento (CAVALIERI, 2019, p. 312-313, grifos dos autores).

Desse modo, as reclamações classificadas nessa categoria referem-se apenas a vícios do produto. Assim, são casos de celulares que não fazem ligações adequadamente, de televisores que apresentam manchas na tela, de geladeiras que não estão resfriando a contento, entre outros.

E, nesses casos, o CDC é claríssimo ao definir que “Independentemente da existência de qualquer garantia contratual, o consumidor, constatando qualquer vício no produto, tem direito, conforme sua preferência, a exigir a substituição do produto por outro, a devolução dos valores pagos ou o abatimento proporcional do preço” (BESSA; MOURA, 2014, p. 131).

Em outras palavras, mesmo que o fornecedor não dê garantia do adequado funcionamento daquele produto, ainda assim, esse fornecedor deve responder por eventuais vícios de quantidade ou qualidade apresentados pelo produto. E mais, essa responsabilização independe da existência de culpa, é a chamada responsabilidade objetiva, que “Só poderá ser afastada por causa alheia, como o mau uso do produto, culpa exclusiva de terceiro, fortuito externo à atividade do fornecedor e posterior à entrega do bem ao consumidor” (CAVALIERI, 2019, p. 352).

Por isso, os consumidores recorrem muito ao órgão consumerista para resolver esse tipo de demanda, pois, em muitos casos, os fornecedores tentam se furtar da responsabilidade de arcar com os vícios do produto.

Ressalta-se, contudo, que o vício do produto não pode ser originado, por exemplo, de mau uso por parte do consumidor, e ele tem prazos para reclamar esses vícios, conforme dispõe o art. 26 do CDC:

Art. 26. O direito de reclamar pelos vícios aparentes ou de fácil constatação caduca em:
I - trinta dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos não duráveis;
II - noventa dias, tratando-se de fornecimento de serviço e de produtos duráveis (BRASIL, 1990).

Entretanto, na prática, esses vícios aparentes ou de fácil constatação, os quais podem ser percebidos com facilidade, são os menos reclamados, pois ao observar tais vícios, o consumidor, geralmente, opta por não adquirir o produto. Por isso, a maioria das reclamações formalizadas no órgão de defesa do consumidor referem-se a vício oculto do produto (BESSA; MOURA, 2014).

Nesses casos, o parágrafo terceiro do referido artigo determina que o prazo para o consumidor reclamar do produto serão os mesmos, mas somente começarão a contar a partir do momento em que se constatar o vício.

O fornecedor tem, em regra, a faculdade de sanar o vício no prazo máximo de 30 dias. Contudo, o consumidor pode, caso o prazo seja extrapolado ou o vício não seja sanado, escolher entre a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso; a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos ou o abatimento proporcional do preço.

Em segundo lugar das reclamações mais frequentes, com 15% (quinze por cento) ficou a Cobrança Indevida, que se caracteriza quando o fornecedor exige do consumidor o pagamento de uma dívida inexistente, a qual já foi devidamente quitada, ou ainda cobra um valor a maior do que realmente é devido.

Para coibir essa prática danosa de algumas empresas brasileiras, especialmente do setor de telecomunicações e bancário, o parágrafo único do art. 42 do CDC disciplinou que “O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável” (BRASIL, 1990).

Contudo, mesmo assim, infelizmente, essa prática persiste de maneira muito evidente, especialmente porque grande parte dos consumidores não exige a repetição do indébito do que foi cobrado indevidamente e, ainda, pela grande celeuma jurisprudencial que havia em torno do tema. Isso, devido a decisões dissonantes nos tribunais, pois, em boa parte delas, essa devolução em dobro somente seria possível

se houvesse a comprovação da má-fé por parte do fornecedor, o que acabava sendo bem difícil de ser comprovado.

O tema, contudo, foi recentemente pacificado pelo Superior Tribunal de Justiça (STJ), que por meio de sua Corte Especial reafirmou que “Independentemente da má-fé do fornecedor de produtos ou serviços, o consumidor cobrado indevidamente tem direito à devolução dobrada sempre que a boa-fé objetiva, inerente ao seu contrato de consumo, for quebrada” (IDEC, 2020).

Superado o Vício do Produto e a Cobrança Indevida, a terceira espécie de reclamação mais frequente no Procon Municipal, no ano de 2020, correspondendo a 11% (onze por cento) de todas as reclamações formalizadas, foi a Solicitação de Cancelamento, isto é, quando o consumidor não tem mais interesse em um determinado produto e/ou serviço, mas não consegue cancelá-lo.

Inúmeras empresas colocam diversos empecilhos para desvincular o consumidor de seus produtos e/ou serviços, desde o jogo de empurra com o consumidor até a imposição de multas por quebra contratual sem fundamento jurídico, tudo isso no afã de manter o consumidor vinculado a seus serviços. Assim, inúmeras vezes, a única alternativa do consumidor é procurar o órgão de defesa do consumidor para cancelar um contrato indesejado.

Em quarto lugar no ranking das reclamações mais incidentes, totalizando 10% (dez por cento), aparece o Descumprimento Contratual. Esse descumprimento contratual pode ser definido como o ato pelo qual o fornecedor de produtos ou serviço presta serviço ou fornece produto diverso do que foi contratado ou não assegura os termos de uma oferta, por exemplo.

A oferta, segundo a doutrina, é a etapa que antecede os contratos, ou seja, o conjunto de esforços, informações e práticas adotadas pelo fornecedor para que o consumidor com ele contrate. Isto decorre logicamente da função essencial da oferta: apresentar uma proposta de contratação aos consumidores sugerindo preço, destacando qualidades dos produtos e serviços, promoções, e demais recursos atrativos que os convidam a consumir (BESSA; MOURA, 2014, p. 146).

Infelizmente, muitas vezes, as ofertas muito atrativas e benéficas ao consumidor não se materializam, e ele fica à mercê de uma prestação de serviço precária ou bem distinta do esperado.

Também é comum na contratação de serviços que as regras para sua fruição não sejam suficientemente claras e, no momento em que o consumidor espera usufruir do serviço contratado, encontra barreiras ou mesmo não consegue fruir adequadamente do serviço. Em outras palavras, o consumidor

tem sua legítima expectativa frustrada e, nesta situação, pode ser necessária a atuação de um órgão de defesa do consumidor ou mesmo do Poder Judiciário, para fazer valer os direitos do consumidor, ao exigir o cumprimento da oferta e assegurando uma postura do fornecedor condizente com a boa-fé e transparência, reequilibrando, portanto, a relação de consumo (BESSA; MOURA, 2014, p. 147-148).

Nesses casos, quando o fornecedor se recusar a cumprir o que ofertou ou pactuou com o consumidor, este poderá dispor do artigo 35 do CDC, *ipsis litteris*:

Art. 35. Se o fornecedor de produtos ou serviços recusar cumprimento à oferta, apresentação ou publicidade, o consumidor poderá, alternativamente e à sua livre escolha:

I - exigir o cumprimento forçado da obrigação, nos termos da oferta, apresentação ou publicidade;

II - aceitar outro produto ou prestação de serviço equivalente;

III - rescindir o contrato, com direito à restituição de quantia eventualmente antecipada, monetariamente atualizada, e a perdas e danos (BRASIL, 1990).

Além do exposto anteriormente, pode ocorrer também de o contrato não ser devidamente claro e límpido e apresentar contradições, ambiguidades e dúvidas. Nesse caso, o CDC também é explícito ao afirmar em seu artigo 47 que “As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor”.

Desse modo, quando a análise das cláusulas permitirem duas ou mais interpretações, deve prevalecer a que for mais vantajosa ao consumidor. Tal regra de interpretação – é bom repetir – é dirigida a todo operador do direito e possui importância prática para o técnico ou dirigente do Procon na análise do contrato, seja para realizar conciliação, seja para aplicar “sanção administrativa” ao fornecedor (BESSA e MOURA, 2014, p. 213, grifo do autor).

Superados os casos de Descumprimento Contratual, o penúltimo colocado, com 6% (seis por cento) das reclamações foi o Reembolso de Valor. Essa situação ocorre quando por algum motivo o produto não foi devidamente entregue e o consumidor desistiu da contratação e solicitou o valor pago de volta. Além disso, quando o consumidor utiliza os direitos que lhe são garantidos, como o direito de arrependimento, por exemplo.

Convém destacar, que o direito de arrependimento é a faculdade que o consumidor tem de desistir imotivadamente e sem necessidade de qualquer justificativa da aquisição de produtos e serviços que tenham sido adquiridos de maneira remota e fora do estabelecimento comercial. O CDC dispõe expressamente:

Art. 49. O consumidor pode desistir do contrato, no prazo de 7 dias a contar de sua assinatura ou do ato de recebimento do produto ou serviço, sempre que a contratação de fornecimento de produtos e serviços ocorrer fora do estabelecimento comercial, especialmente por telefone ou a domicílio.

Parágrafo único. Se o consumidor exercitar o direito de arrependimento previsto neste artigo, os valores eventualmente pagos, a qualquer título, durante o prazo de reflexão, serão devolvidos, de imediato, monetariamente atualizados.

Observa-se, portanto, que a disposição constante na lei é bem explícita. Todavia, na prática, tanto nesses casos, como em outros casos de cancelamento da compra ou da aquisição do serviço, alguns fornecedores colocam inúmeros empecilhos para reembolsar os consumidores pelo valor acertado, motivo pelo qual é necessário o órgão consumerista intervir para solucionar a contenda.

Com o menor índice das reclamações ficou os casos de Produto Não Entregue, no percentual de 5% (cinco por cento) Na prática, isso ocorre quando o consumidor adquire um determinado produto e o fornecedor não cumpre com a entrega dele no prazo acordado ou razoável e, muitas vezes, sequer esclarece ao consumidor os motivos da demora.

Geralmente, essas situações provêm de compras on-line e, devido à ausência da loja física na cidade, fica ainda mais difícil para o consumidor resolver a demanda ou, pelo menos, obter uma informação precisa e esclarecimentos por parte do fornecedor. Desse modo, é imperioso formalizar a reclamação para solucionar o caso.

Além dessas espécies de reclamação mencionadas anteriormente, 28% (vinte e oito por cento) das demandas formalizadas em 2020 corresponderam a outros casos diversos, que não se enquadraram em nenhuma das outras classificações acima aludidas. Dentro dessa categoria encontram-se, por exemplo, reclamações alusivas à: negativas indevidas, empréstimos não solicitados, possível erro de medição de contas de água e energia, tentativas de negociações de dívidas, entre outras.

Contudo, a incidência de cada uma desses tipos de reclamação não foi relevante o suficiente para enquadrá-las em uma categoria específica e, por isso, foram agrupadas conjuntamente.

4.2 DISCUSSÕES SOBRE AS PRINCIPAIS DÚVIDAS DOS CONSUMIDORES

As dúvidas dos consumidores foram distribuídas em três eixos estruturantes para melhor compreensão: dúvidas sobre a atuação do Procon; dúvidas sobre quando procurar ou não o referido órgão e as dúvidas relacionadas ao direito do consumidor.

É fundamental ressaltar que o número de dúvidas dos consumidores foi maior do que as que serão discutidas neste tópico. Entretanto, foram selecionadas apenas

as dúvidas que dialogam mais diretamente com o objetivo da pesquisa dentro de cada um dos eixos propostos.

No tocante ao primeiro eixo estruturante, qual seja, as dúvidas dos consumidores sobre a atuação do Procon, as principais incertezas foram sobre o que ocorre com a empresa quando é notificada pelo Procon; até onde vai a autoridade do órgão e qual a orientação quando o problema não é devidamente solucionado.

Nesse ponto, é fundamental esclarecer que quando uma empresa é notificada pelo Procon, seja por CIP ou PA, ela tem um prazo de dez dias para dar uma resposta ou apresentar esclarecimentos ao órgão consumerista; tal disposição consta no artigo 42 do Decreto nº 2.181/1997:

Art. 42. A autoridade competente expedirá notificação ao infrator, fixando o prazo de dez dias, a contar da data de seu recebimento, para apresentar defesa, na forma do art. 44 deste Decreto (BRASIL, 1997).

Convém salientar, ainda, que não constitui uma faculdade, mas sim um dever da empresa apresentar resposta ou os esclarecimentos solicitados pelo órgão, sob pena de caracterização do crime de desobediência, previsto no artigo 330 do Código Penal Brasileiro. Nesses termos é a disciplina do parágrafo §2º do artigo 33 do decreto mencionado:

Art. 33 [...]

§ 2º A recusa à prestação das informações ou o desrespeito às determinações e convocações dos órgãos do SNDC caracterizam desobediência, na forma do art. 330 do Código Penal, ficando a autoridade administrativa com poderes para determinar a imediata cessação da prática, além da imposição das sanções administrativas e civis cabíveis (BRASIL, 1997).

Assim, se a empresa for devidamente notificada e não se manifestar, poderá sofrer responsabilizações na esfera penal, caso seja caracterizado o crime de desobediência, assim como também poderá sofrer sanções administrativas, como, por exemplo, a aplicação de uma multa por essa conduta desrespeitosa com o órgão consumerista, entre outras penalidades.

Da mesma forma, ao analisar o segundo questionamento acerca da autoridade do órgão e qual seria a orientação quando o problema não é solucionado por ele, é importante frisar que a atuação do Procon ocorre apenas na esfera administrativa. Portanto, o órgão não tem poderes judiciais para obrigar o fornecedor a adotar determinada conduta, para penhorar dinheiro da empresa, para compelir que a cobrança indevida seja cessada, etc.

Todavia, verificada a prática infrativa por parte do fornecedor, o Procon poderá aplicar as penalidades administrativas previstas no artigo 18, do Decreto nº 2.181/1997:

Art. 18. A inobservância das normas contidas na Lei nº 8.078, de 1990, e das demais normas de defesa do consumidor constituirá prática infrativa e sujeitará o fornecedor às seguintes penalidades, que poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente, inclusive de forma cautelar, antecedente ou incidente no processo administrativo, sem prejuízo das de natureza cível, penal e das definidas em normas específicas:

I - multa;

II - apreensão do produto;

III - inutilização do produto;

IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;

V - proibição de fabricação do produto;

VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviços;

VII - suspensão temporária de atividade;

VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;

IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;

X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;

XI - intervenção administrativa;

XII - imposição de contrapropaganda (BRASIL, 1997).

Caso o consumidor ainda assim não tenha êxito em resolver sua situação, ele é encaminhado para a Justiça para que ingresse com uma ação judicial, a fim de obter uma resposta por meio de uma sentença judicial, que poderá obrigar o fornecedor cumprir a lei, indenizar por danos morais, retirar o nome do consumidor do cadastro de negativados etc.

Em relação ao segundo eixo estruturante, as dúvidas do consumidor a respeito de quando deve ou não procurar o órgão, destacaram-se o questionamento se o consumidor pode ser prejudicado de alguma forma ao procurar o Procon e quando ele não deve procurar o órgão.

É importante esclarecer que o consumidor não é prejudicado ao procurar o Procon, primeiro, pelo fato de que esse é um órgão justamente de defesa do consumidor, então, a intenção precípua é sempre auxiliá-lo em suas agruras na relação de consumo.

Ademais, os serviços prestados pelo Procon são totalmente gratuitos, o que reforça mais ainda a ideia de que o consumidor não terá perdas financeiras ao procurá-lo, por exemplo. Além disso, como mencionado anteriormente, o Procon pode aplicar sanções administrativas, o que acaba inibindo os fornecedores e impulsionando-os a resolverem a demanda.

Entretanto, ainda que, eventualmente, os problemas narrados pelo consumidor não sejam resolvidos, o procedimento administrativo formalizado será analisado e o

fornecedor poderá ser penalizado, isso acaba por coibir a repetição daquela prática, além de que esse mesmo procedimento também poderá servir como base e prova para o ajuizamento de uma ação judicial.

Importante frisar, inclusive, que alguns juízes, principalmente, no Estado de Minas Gerais, exigem a comprovação da tentativa de negociação administrativa por meio dos órgãos de defesa do consumidor ou da plataforma Consumidor.Gov antes de ingressar com a ação judicial. Com base na “Orientação Normativa nº 01/2020, expedida pelo Núcleo Permanente de Métodos de Solução de Conflitos (NUPEMEC), da 3ª Vice-Presidência do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais”, tais juízes entendem que falta interesse processual para mover a ação judicial se não houver a prévia tentativa de resolução do conflito administrativamente (PEREIRA, 2021).

Em outros casos, como na Justiça Federal, embora não seja obrigatório comprovar a tentativa de resolução administrativa, há uma sugestão/alternativa no momento de distribuição da ação do consumidor, ou seja, antes de protocolar a ação, encaminhar uma reclamação para a plataforma mencionada anteriormente, para tentar solucionar o fato.

O tema é bastante controverso em razão, principalmente, do direito fundamental de acesso a Justiça, conforme o artigo 5º, inciso XXXV, da Constituição Federal, que determina: “A lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito”; permitindo, assim, o amplo acesso do cidadão ao Poder Judiciário (BRASIL, 1988).

Todavia, o próprio Supremo Tribunal Federal já relativizou o mencionado inciso em matéria previdenciária, por exemplo, quando:

[...] no julgamento do Recurso Extraordinário 631.240, com repercussão geral reconhecida, considerou que a exigência do prévio requerimento administrativo em causas previdenciárias – antes de o segurado recorrer à Justiça para a concessão de benefício previdenciário – não fere a garantia de livre acesso ao Judiciário previsto no artigo 5º, inciso XXXV, da Constituição Federal (GARJADONI, 2020).

Porém, em setembro de 2021, na decisão em Procedimento de Controle Administrativo, o Conselho Nacional de Justiça determinou ao Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais que anulasse a Orientação Normativa mencionada anteriormente. Assim, não é possível saber se mesmo assim os juízes continuarão exigindo a tentativa prévia de resolução administrativa para prosseguimento das ações judiciais.

Diante do exposto, além de não ser prejudicado ao procurar o Procon, o consumidor, em alguns casos, deveria, inclusive, utilizá-lo ou a plataforma Consumidor.Gov para conseguir ingressar com a ação judicial, pois ela poderia não prosseguir por falta de interesse de agir, que é, em suma, quando a ação judicial não é necessária e/ou adequada.

Além disso, ao formalizar um procedimento administrativo no Procon, o consumidor já ficaria sabendo quais seriam, de fato, as alegações do fornecedor, os documentos que ele tem. Também poderia produzir outras provas que, eventualmente, ajudariam em uma futura ação judicial, caso o conflito não fosse solucionado administrativamente.

Na segunda dúvida sobre quando o consumidor não deve procurar o Procon, a resposta é bem simples e direta: quando não houver relação de consumo. Contudo, a dúvida pode ser, justamente, saber quando há ou não relação de consumo. Nesse caso, existe relação de consumo sempre que, de um lado, tiver um consumidor, conforme definido no item 2.4, e, do outro lado, um fornecedor, conceituado conforme o artigo 3º do CDC a seguir:

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 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).

Desse modo, sempre que um produto ou serviço for adquirido por um consumidor, tendo do outro lado da transação um fornecedor, haverá relação de consumo. Assim como haverá relação de consumo em casos de consumidor equiparado¹. Sempre que ocorrer uma dessas hipóteses, o consumidor poderá procurar o Procon.

O consumidor somente não poderá procurar o órgão quando não estiver presente a relação de consumo, por exemplo, quando ele firmar um contrato de compra e venda para adquirir o carro usado do vizinho, que não exerce com habitualidade este ofício e o referido carro apresentar algum vício. Também quando

¹ Consumidor por equiparação é o sujeito que não participa diretamente da relação de consumo, mas é afetado de alguma forma pelo defeito do produto ou da prestação de serviço.

alugar uma casa e o inquilino não estiver pagando regularmente o aluguel e quando a relação referir-se a uma grande empresa adquirindo insumos para fabricar seus itens etc. Assim, em casos em que não houver relação de consumo.

Embora doutrinariamente as definições de consumidor e fornecedor sejam um pouco complexas, na prática, os consumidores, empiricamente, conseguem identificar com uma certa clareza o que vem a ser ou não uma relação de consumo. Porém, é preciso reforçar que sempre que houver relação de consumo, o consumidor pode procurar o Procon, e somente quando não existir a relação de consumo não deve procurá-lo.

Por fim, no terceiro e último eixo estruturante encontram-se as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos. Nesse ponto, as principais dúvidas foram sobre compras pela internet; sobre quando o consumidor pode pedir reembolso do valor quando o produto não corresponde ao esperado; sobre quando o consumidor tem direito a requerer seu dinheiro de volta e não outra mercadoria em caso de vício do produto; e se o produto em que foi feita a manutenção pelo fabricante dentro do prazo de garantia pode ser objeto de demanda novamente no Procon, se estiver ainda na garantia.

As compras pela internet, o chamado *e-commerce*, é um ramo que cresce dia após dia, proporcionando mais comodidade e opções aos consumidores. Contudo, a internet também é um terreno fértil para os golpistas e para diversos tipos de fraudes. Por isso, é preciso ter muito cuidado ao fazer transações virtuais.

Entre essas cautelas salutares que o consumidor deve ter destacam-se: evitar acessar o site em que irá realizar a compra por meio de links fornecidos em redes sociais ou por e-mail (...)

Outra dica importante é dar preferência a sites e empresas conhecidas e com boa reputação no mercado (...)

E, caso o site ou a empresa não seja conhecida, outros cuidados são importantes, como, por exemplo: certificar-se de que o site é seguro (...)

Além disso, antes de finalizar a negociação, recomendável também pesquisar sobre o site e a empresa.

Interessante também que o consumidor desconfie sempre de ofertas mirabolantes e preços muito abaixo do valor médio de mercado (ELBACHA, 2021, p. 72).

No momento de fazer o pagamento, é importante não pagar boletos que tenham como beneficiários pessoas físicas, nem realizar pagamentos por depósito bancário ou pix para contas de pessoas físicas.

Além de observar tais cuidados, é relevante afirmar que as compras pela internet representam parcela expressiva das transações atualmente, com tendência

de aumentar diante do cenário tecnológico crescente. De modo geral, essa relação é segura, e a ela se aplicam todos os direitos consumeristas referentes às transações presenciais, assegurando, nesse sentido, ao consumidor a segurança e a proteção de seus direitos no meio virtual, desde que a transação seja devidamente realizada com fornecedor sério e íntegro e não golpistas e/ou fraudadores.

A segunda dúvida em relação ao direito do consumidor foi: em qual hipótese ele pode pedir reembolso do valor quando o produto não for o esperado. Esse questionamento abrange, pelo menos, dois tipos de situações: I – a hipótese em que o consumidor compra o produto em uma loja física e ele não apresenta qualquer problema em relação às suas funcionalidades e/ou indicações, mas o consumidor, ao utilizá-lo, não fica satisfeito; II – a hipótese em que o consumidor adquire o produto fora do estabelecimento comercial, e mesmo não apresentando qualquer problema em relação às suas funcionalidades e/ou indicações, ao ser entregue, o consumidor percebe que o produto não era o esperado.

Com base nisso, pode-se concluir que, na primeira hipótese, o consumidor não tem direito ao reembolso do valor, mesmo que o produto não seja como o esperado, pois como adquiriu o produto em loja física, teve toda a oportunidade de analisar presencialmente e com cautela o que estava comprando. Por isso, nesses casos, de acordo com o CDC, não há reembolso do valor do produto pelo simples fato de o produto não ser como o esperado ou não satisfazer aos anseios do consumidor.

Na segunda hipótese, em que a compra ocorreu fora do estabelecimento comercial, o consumidor pode, sim, solicitar o reembolso do valor do produto caso não seja o esperado ou se arrepende da aquisição, desde que o faça no prazo de sete dias a contar do ato de recebimento do produto. É o chamado Direito de Arrependimento, aplicado apenas em transações efetuadas fora do estabelecimento comercial e nos termos do artigo 49 do CDC, conforme já explicitado no item 5.

O terceiro questionamento diz respeito a quando o consumidor tem direito a requer seu dinheiro de volta e não outra mercadoria em caso de vício do produto. Nesse sentido, importante ressaltar que o CDC dispôs no §1º do art. 18 que, em regra, o fornecedor tem o direito de vistoriar e tentar sanar o vício do produto em um prazo de até 30 dias antes de o consumidor escolher o que melhor lhe convier.

Assim, se o produto apresentar um determinado vício, mesmo que em um ínfimo lapso temporal após ser adquirido, em regra, o fornecedor tem a oportunidade de tentar sanar o vício dentro do prazo estipulado no §1º do art. 18 do CDC e,

conforme acima mencionado, devolvê-lo ao consumidor em perfeitas condições de uso.

Contudo, caso o fornecedor não resolva o problema do produto no prazo legal, o consumidor pode “exigir, alternativamente e à sua escolha” (BRASIL, 1990):

- I - a substituição do produto por outro da mesma espécie, em perfeitas condições de uso;
- II - a restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sem prejuízo de eventuais perdas e danos;
- III - o abatimento proporcional do preço (BRASIL, 1990).

Portanto, decorridos os 30 dias definidos pela lei para o fornecedor, este não poderá mais obrigar o consumidor a aceitar o produto viciado, ainda que tenha sido consertado, nem tampouco obrigar o consumidor a adquirir outra mercadoria. Nesse caso, a escolha pertence, exclusivamente, ao consumidor, que pode, sim, exigir restituição imediata da quantia paga e não outro produto.

O consumidor também pode requerer a restituição da quantia paga e não outra mercadoria caso a extensão do vício comprometa a qualidade ou as características do produto ou caso o produto seja essencial. Nesses casos, não é preciso aguardar os 30 dias concedidos ao fornecedor, conforme dispõe o §3º do art. 18 do CDC:

§ 3º O consumidor poderá fazer uso imediato das alternativas do § 1º deste artigo sempre que, em razão da extensão do vício, a substituição das partes viciadas puder comprometer a qualidade ou características do produto, diminuir-lhe o valor ou se tratar de produto essencial.

Nesse sentido, (BESSA; MOURA, 2014, p. 132) esclarecem que:

[...] em razão do disposto no § 3º, do art. 18, o prazo de 30 dias passa a ter aplicação restrita, pois muitos bens desvalorizam ao serem consertados (com substituição de peças). De outro lado, quando o produto for essencial ao consumidor, ou seja, quando sua permanência no estabelecimento para conserto, afetar as atividades diárias do proprietário, não cabe a aplicação do prazo de 30 dias.

Resumindo, sempre que o consumidor puder escolher outro produto, também pode optar pela restituição imediata da quantia paga, monetariamente atualizada, sendo essa escolha personalíssima do consumidor, não podendo ser imposta pelo fornecedor, nos termos do §1º do art. 18 do CDC.

Finalmente, a última dúvida foi se o produto em que foi realizada a manutenção pelo fabricante dentro do prazo de garantia pode ser objeto de demanda novamente no Procon, se estiver ainda na garantia. Porém, antes de analisar o questionamento

proposto, é fundamental explicar sobre as duas principais espécies de garantia existentes no direito do consumidor: a garantia legal e a garantia contratual.

A garantia legal, como o próprio nome sugere, deriva da própria lei e, por esse motivo, “Não pode ser afastada contratualmente e independe de qualquer documento do fornecedor” (BESSA; MOURA, 2014, p. 138). Ou seja, independentemente de haver previsão contratual, essa garantia existirá e mesmo se houver cláusula contratual afastando a incidência dela, tal cláusula não terá validade, nos termos do artigo 24 do CDC, *in verbis*, “A garantia legal de adequação do produto ou serviço independe de termo expresso, vedada a exoneração contratual do fornecedor” (BRASIL, 1990).

Já a garantia contratual é aquela proteção oferecida espontaneamente pelo fornecedor, como forma de cativar e seduzir o consumidor. É uma maneira de mostrar que o produto ou serviço que está sendo ofertado realmente é de qualidade, tanto que caso apareça algum vício nele dentro de determinado prazo, o fornecedor se responsabiliza por esse vício.

A garantia contratual deve vir expressa num documento, normalmente denominado termo de garantia. O parágrafo único do art. 50 do CDC estipula que ‘o termo de garantia ou equivalente deve ser padronizado e esclarecer, de maneira adequada em que consiste a mesma garantia, bem como a forma, o prazo e o lugar em que pode ser exercitada e os ônus a cargo do consumidor, devendo ser-lhe entregue, devidamente preenchido pelo fornecedor, no ato do fornecimento, acompanhado de manual de instrução, de instalação e uso do produto em linguagem didática, com ilustrações’ (BESSA; MOURA, 2014, p. 138).

Portanto, o produto em que o fabricante fez a manutenção dentro do prazo de garantia (seja ela legal ou contratual) pode ser objeto, sim, de demanda novamente no Procon, caso ainda esteja dentro da garantia contratual ou legal.

Além disso, segundo entendimento de (BESSA; MOURA, 2014), se o mesmo ou outro vício surgir após o conserto, não se aplica mais o prazo de 30 dias, podendo desde já o consumidor fazer a escolha entre uma das três alternativas previstas nos incisos do §1º do artigo 18 do CDC.

Ademais, o produto em que o fabricante fez a manutenção dentro do prazo de garantia (seja ela legal ou contratual), também poderá ser objeto de demanda novamente no Procon, mesmo que ambas garantias já tenham expirado, desde que a

reclamação pelo vício oculto tenha se manifestado dentro do prazo da vida útil do produto².

Isto não quer dizer que os fornecedores (comerciantes, distribuidores, importadores, fabricantes) tenham uma responsabilidade eterna pela qualidade dos seus produtos. É lógico que, como tudo na natureza, os bens de consumo possuem vida útil e sofrem um desgaste normal e previsível com o tempo (BESSA; MOURA, 2014, p. 136).

Todavia, não é plausível que bens duráveis apresentem vícios ocultos dentro do período da vida útil do produto e que somente pelo fato de as garantias contratual e legal já haverem se esgotado o consumidor fique no prejuízo. E “na prática, se a questão não for resolvida a contento, caberá ao juiz, com o auxílio de peritos, determinar se o vício decorre do envelhecimento do bem ou, ao contrário, de um problema de fabricação” (BESSA; MOURA, 2014, p. 136).

4.3 ENTRE DÚVIDAS E DEMANDAS: PERCEPÇÕES DOS CONSUMIDORES

Inicialmente, é importante destacar que neste tópico serão analisadas as dúvidas dos consumidores a respeito de seus direitos, tentando correlacioná-las com as principais demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque – MG.

As dúvidas sobre a atuação do Procon e sobre quando procurá-lo ou não são mais difíceis de serem relacionadas especificamente com os procedimentos administrativos formalizados, por isso, não fazem parte deste capítulo. Tais dúvidas referem-se mais ao momento anterior à formalização da reclamação, quando o consumidor analisa se o Procon age naquele problema específico enfrentado por ele.

Entretanto, relacionam-se mais entre si as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos como consumidor e as demandas formalizadas no órgão. Isso porque as dúvidas mais frequentes dos consumidores sobre seus direitos já foram repetidas várias vezes por outros consumidores que procuram o órgão em busca de esclarecimentos.

Ademais, é importante também fazer tal correlação para demonstrar claramente que as dúvidas dos consumidores que participaram da pesquisa não são específicas deles, mas aparecem em um certo número de reclamações formalizadas no órgão e são compartilhadas por outros consumidores.

² Vida útil é o prazo médio de durabilidade esperado de um determinado produto ou serviço.

Além disso, relacionar tais dúvidas com as reclamações formalizadas é fundamental também para que o plano de ação contemple as dúvidas que geram mais demandas, pois, se os consumidores conhecessem mais essas questões controversas, certamente, várias das situações em que o órgão precisou intervir, talvez sequer existiriam.

Assim, duas das quatro principais dúvidas dos consumidores acerca de seus direitos foram sobre quando o consumidor tem direito a requerer seu dinheiro de volta e não outra mercadoria em caso de vício do produto, e se o produto em que o fabricante fez a manutenção dentro do prazo de garantia pode ser objeto de demanda novamente no Procon, se estiver ainda na garantia.

Essas dúvidas estão estreitamente ligadas com a principal demanda registrada no órgão, corresponde a $\frac{1}{4}$ (um quarto) do total das reclamações formalizadas, ou seja: o Vício do Produto. Portanto, além de representar o problema mais frequente enfrentado pelos consumidores nanuquenses, o vício do produto também gera várias dúvidas nos consumidores.

Assim, os consumidores desconhecem quais são seus direitos e como devem proceder quando o produto adquirido tem algum vício. Isso fica latente tendo em vista as dúvidas mencionadas anteriormente e o número de reclamações formalizadas a esse respeito, mas também pode ser observado no cotidiano do Procon, quando alguns consumidores buscam atendimento relacionado a vício do produto.

Grande parte desses consumidores, ao perceberem que o produto não está em perfeito estado ou apresenta algum problema de funcionalidade, procuram o Procon querendo tomar atitudes arbitrárias, desprezando o teor do §1º do artigo 18 do CDC, que garante, em regra, ao fornecedor, a faculdade de tentar sanar o vício do produto ou serviço no prazo máximo de até 30 dias.

Outro fator que pode contribuir para maximizar as dúvidas relacionadas ao vício do produto são as informações imprecisas dadas por alguns fornecedores para se livrarem dos consumidores e se eximirem de responsabilidades. Desse modo, grande parte dos fornecedores (especialmente os comerciantes) não auxiliam, realmente, os consumidores na resolução da contenda relacionada ao vício do produto, limitando-se, por vezes, a informar o contato das empresas fabricantes ou das assistências técnicas autorizadas, deixando-os vulneráveis e no limbo.

Por esse motivo, em julgamento no dia 25/08/2020, “A Terceira Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu que o comerciante que vende um produto

com defeito fica responsável por recebê-lo e encaminhá-lo à assistência técnica” (STJ, 2021). Assim:

DIREITO DO CONSUMIDOR. AÇÃO COLETIVA DE CONSUMO. RECURSO ESPECIAL MANEJADO SOB A ÉGIDE DO CPC/73. SOLIDARIEDADE DA CADEIA DE FORNECIMENTO. ART. 18 DO CDC. DEVER DE QUEM COMERCIALIZA PRODUTO QUE POSTERIORMENTE APRESENTE DEFEITO DE RECEBÊ-LO E ENCAMINHA-LO À ASSISTÊNCIA TÉCNICA RESPONSÁVEL, INDEPENDENTE DO PRAZO DE 72 HORAS. OBSERVÂNCIA DO PRAZO DE DECADÊNCIA. DANO MORAL COLETIVO. QUANTUM INDENIZATÓRIO. RAZOABILIDADE. MODIFICAÇÃO. IMPOSSIBILIDADE. INCIDÊNCIA DA SÚMULA Nº 7 DO STJ. RECURSO ESPECIAL PARCIALMENTE CONHECIDO E NÃO PROVIDO. 1. Inaplicabilidade do NCPC a este julgamento ante os termos do Enunciado Administrativo nº 2 aprovado pelo Plenário do STJ na sessão de 9/3/2016: Aos recursos interpostos com fundamento no CPC/1973 (relativos a decisões publicadas até 17 de março de 2016) devem ser exigidos os requisitos de admissibilidade na forma nele prevista, com as interpretações dadas até então pela jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça. **2. Por estar incluído na cadeia de fornecimento do produto, quem o comercializa, ainda que não seja seu fabricante, fica responsável, perante o consumidor, por receber o item que apresentar defeito e o encaminhá-lo à assistência técnica, independente do prazo de 72 horas da compra, sempre observado o prazo decadencial do art. 26 do CDC. Precedente recente da Terceira Turma desta Corte.** 3. A jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça consolidou o entendimento de que os valores fixados a título de danos morais, porque arbitrados com fundamento no arcabouço fático-probatório carreado aos autos, só podem ser alterados em hipóteses excepcionais, quando constatada nítida ofensa aos princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, mostrando-se irrisória ou exorbitante, o que não ocorreu no caso. Incidência da Súmula nº 7 desta Corte. Precedentes. 4. Recurso especial parcialmente conhecido e não provido. (RIBEIRO, 2020, p. 01, grifos nossos).

Nessa perspectiva, é relevante, além de esclarecer o máximo possível aos consumidores seus direitos e como exigi-los em casos de vício do produto, explicar aos fornecedores sua responsabilidade solidária nesses casos, mesmo se for apenas o distribuidor ou comerciante, consoante caput do artigo 30 do CDC e jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça, especialmente no Agravo Interno no Agravo em Recurso Especial 1.183.072.

Além do exposto, outras dúvidas dos entrevistados sobre seus direitos como consumidores referem-se às compras pela internet, e sobre quando é possível pedir reembolso do valor quando o produto não era o esperado. Essas dúvidas podem ser tratadas de maneira conjunta, pois relacionam-se entre si porque, como anteriormente esclarecido, o consumidor somente pode pedir reembolso do valor quando o produto não for o esperado se essa transação foi feita fora do estabelecimento comercial.

É fundamental ressaltar que as transações feitas fora do estabelecimento comercial, atualmente, são quase todas pela internet, visto que compras de produto e serviços por catálogos ou por telefone estão obsoletas.

Assim, tais dúvidas estão muito ligadas e também correlacionadas com alguns tipos específicos de reclamações formalizadas no Procon, especialmente, as reclamações categorizadas como Reembolso de Valor e Produto não Entregue.

Essas duas reclamações mencionadas correspondem, se somadas, a 11% (onze por cento) do total de demandas formalizadas, correlacionando-se com as dúvidas sobre compras pela internet e sobre quando deve pedir reembolso do valor quando o produto não for o esperado.

Às vezes, o consumidor por desconhecer como fazer compras pela internet e quando e como deve pedir o reembolso do valor do produto quando não for o esperado, por exemplo, precisa da intervenção do Procon para solicitar o reembolso do valor de uma compra que não atendeu às suas expectativas, mas ainda estava na vigência do prazo de reflexão ou, até mesmo, de um produto ou serviço que não tinha relação com as indicações publicadas e, por isso, não agradou o consumidor.

Além disso, devido a essas dúvidas sobre compras pela internet, algumas vezes, os consumidores compram em sites de confiabilidade duvidosa, que não cumprem os prazos de entrega acordados ou entregam o produto ou serviço contratado. Desse modo, esses consumidores necessitam dos serviços do Procon Municipal porque o produto não foi entregue.

Em alguns desses casos, após a intervenção do Procon, os fornecedores solucionam a demanda e fazem a devida entrega do produto ou serviço. Todavia, algumas dessas demandas não têm êxito, pois o órgão depara-se com esquemas fraudulentos ou golpes aplicados na internet, sendo muito importante informar os consumidores para reforçar os cuidados ao comprar via internet.

5 PRODUTO EDUCACIONAL: PLANO DE AÇÃO

Com as informações obtidas com a pesquisa de campo e na análise dos dados sedimentados nos procedimentos administrativos, elaboramos um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes dos consumidores e esclarecer os fornecedores sobre as reclamações mais constantes no Procon Municipal de Nanuque - MG.

Esse plano de ação está assentado em três pilares fundamentais: o esclarecimento das dúvidas dos consumidores; a instrução dos fornecedores e o aperfeiçoamento do atendimento.

O primeiro e mais importante pilar diz respeito ao esclarecimento das dúvidas dos consumidores e constantes nas reclamações formalizadas por eles nos procedimentos administrativos.

Para isso, é importante analisar minuciosamente o Título 4, que dispõe acerca do perfil desses consumidores. Ao analisar tais dados, uma informação relevante refere-se ao nível de escolaridade dos consumidores que formalizaram reclamações no Procon Municipal, sendo que 20% (vinte por cento) deles têm o ensino básico e fundamental completo, e os 80% (oitenta por cento) restante ensino médio ou superior completo.

Nessa mesma direção, percebe-se também que praticamente a metade das reclamações estão concentradas em consumidores que residem no centro da cidade, e a outra metade está distribuída por todos os demais bairros da cidade; e não há reclamações de moradores da zona rural ou dos dois distritos do município.

Nesse contexto e para melhor atendê-los, a comunicação deve ser mais simples, mais lúdica e de linguagem acessível para alcançar os consumidores de nível de escolaridade mais baixo. Na maioria das vezes, eles residem nos bairros mais pobres, nos distritos e nas zonas rurais do Município e, provavelmente, enfrentam dificuldades para reivindicar seus direitos por falta de conhecimento.

Dessa forma, táticas como a elaboração de cartilhas e a distribuição de folhetos não seria a estratégia mais adequada, primeiro, porque a quantidade de impressos deve ser muito grande para surtir efeito e dependeria de muito dinheiro confeccioná-los; e, em segundo lugar, porque essas cartilhas/folhetos concentram várias informações em único lugar, assim, as pessoas menos esclarecidas acabam nem lendo, ou quando leem, não absorvem perfeitamente o conteúdo.

Portanto, essa comunicação com o consumidor precisa ser feita de maneira mais direta e fragmentada, com as informações sendo transmitidas uma a uma e não todas em um único pacote.

Nessa perspectiva, na pesquisa de campo, quando os consumidores foram questionados sobre qual seria o meio de comunicação mais eficaz para ajudá-los a sanar as dúvidas relacionadas ao consumo, 80% (oitenta por cento) deles apontaram a internet como o meio de comunicação mais acessado.

Assim, uma estratégia interessante é, justamente, criar artes gráficas, com textos e ilustrações das respostas aos questionamentos mais frequentes dos consumidores e divulgá-las na internet, em grupos de *WhatsApp*, nas redes sociais do Município (*Facebook* e *Instagram*) e no site oficial da Prefeitura Municipal.

Essas artes gráficas devem ser elaboradas de maneira lúdica e com conteúdo acessível e gratuito para alcançar o público mais variado possível e ao serem postadas na internet, certamente, vão alcançar um número maior de pessoas. A prefeitura, por meio do setor de comunicação, pode produzi-las e disponibilizá-las para ser consultadas a qualquer momento.

Além disso, cada uma destas artes abordaria um determinado tema, tentando informar os consumidores sobre seus direitos e, ao mesmo tempo, responder sobre suas dúvidas mais frequentes.

Essas artes também poderiam explicitar ainda melhor as atribuições do Procon e quando o consumidor deve utilizar seus serviços bem como incentivá-lo a tentar solucionar a questão diretamente com os fornecedores ou em canais como o site consumidor.gov, antes de formalizar a reclamação.

E, por fim, seria importante publicizar ainda mais os meios de comunicação do Procon, como o telefone e o e-mail, para que os consumidores dos distritos e da zona rural, assim como aqueles que desejarem, possam ter acesso aos serviços do órgão, embora de maneira remota.

Outra ferramenta que poderia auxiliar nessa difusão de informações e tentativa de esclarecer as dúvidas dos consumidores e as demandas mais incidentes no órgão poderia ser a rádio. Isso porque, apesar de a maioria dos consumidores terem afirmado que o meio de comunicação mais eficaz seria a internet, é importante que a estratégia não se concentre apenas em um meio de comunicação.

Convém ressaltar que a rádio tem papel fundamental nesse processo de esclarecer as dúvidas dos consumidores, pois é um meio de comunicação muito forte

nos bairros, nas zonas periféricas e rurais, e tem uma programação mais flexível do que as emissoras de televisão, por exemplo, em que as matérias, geralmente, são curtas e cronometradas.

Assim, utilizar as ondas sonoras das rádios com inserções curtas a respeito dos direitos dos consumidores ou, ainda, com entrevista mais longa, no formato de perguntas e respostas, pode ser uma estratégia eficiente também para alcançar o maior número possível de pessoas.

No tocante aos fornecedores, o papel deles é essencial, pois podem ajudar a diminuir, sobremaneira, as demandas, o que é interessante para eles também, pois precisam do consumidor não somente uma vez, ou seja, manter o consumidor satisfeito é importante para vendas futuras.

Além disso, também interessa para eles evitar complicações jurídicas, como, por exemplo: responder notificações do Procon, comparecer em audiências no órgão, ou serem demandados em ações judiciais.

Então, deve-se orientar tais fornecedores sobre como agir nos casos análogos aos das demandas mais formalizadas no órgão, instruindo-os a respeito de suas obrigações e em algumas questões não relacionadas às obrigações impostas pela lei consumerista, mas que podem auxiliar na política de relacionamento da empresa com o consumidor.

Convém esclarecer, contudo, que grande parte dos fornecedores demandados pelo Procon não serão atingidos, ou por não terem sede na cidade, ou por serem empresas de grande porte que têm setores jurídicos estruturados e política própria para lidar com as demandas dos órgãos consumeristas, por exemplo, as empresas de telefonia e as grandes fabricantes de eletrodomésticos, entre outras.

Apesar disso, é possível abranger grande parte dos fornecedores do Município, empresas de menor porte, comerciantes em geral, prestadores de serviços etc. E para os fornecedores que, em sua grande maioria, não conhecem muito as disposições do CDC, seria relevante entender um pouco melhor suas obrigações e direitos também, visto que não são só os consumidores que têm direitos.

Dessa forma, a sugestão é elaborar uma cartilha para que os fornecedores possam tê-la em seus estabelecimentos comerciais para consulta, com os principais direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, dando ênfase para os pontos conflituosos que mais geram demandas no Procon. Seria semelhante a um manual, para ser consultado sempre que surgirem dúvidas.

Outra sugestão seria promover palestras direcionadas, exclusivamente, a esses fornecedores, as quais poderiam ser realizadas em parceria com a Câmara de Dirigentes Lojistas de Nanuque – MG, visando esclarecer eventuais questionamentos e dúvidas. Essas palestras poderiam ser ministradas por membros do Procon Estadual, por exemplo, que tem corpo técnico especializado e funcionários qualificados para esse tipo de explanação e treinamento.

Para finalizar, o último eixo estruturante do plano de ação, igualmente importante, é a qualificação dos funcionários do Procon para prestar um atendimento melhor aos consumidores, especialmente, nas demandas mais incidentes no órgão.

Assim, além de cursos específicos sobre os temas mais corriqueiros identificados, a sugestão principal é fazer visitas técnicas em outros Procons, maiores e mais estruturados, ou seja, observar na prática a atuação dos órgãos consumeristas de cidades maiores e com estrutura mais solidificada. Essa troca de experiências e aprendizados seria muito enriquecedora para incorporar ao atendimento e ao processamento das reclamações práticas de sucesso de outras localidades e, assim, aperfeiçoar ainda mais a eficácia do Procon Municipal frente às demandas propostas.

PLANO DE Ação

Apresentamos um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes destes consumidores e elucidar os demais agentes integrantes da relação de consumo sobre as reclamações mais constantes no órgão.

ESTRUTURA

Este plano será calcado em 03 (três) pilares fundamentais, quais sejam: o esclarecimento das dúvidas dos consumidores; a instrução dos fornecedores e o aperfeiçoamento do atendimento.

ESCLARECIMENTO DAS DÚVIDAS

O primeiro e mais importante pilar diz respeito ao esclarecimento das dúvidas levantadas pelos consumidores e replicadas nas reclamações formalizadas pelos mesmos nos procedimentos administrativos, principalmente via internet.



INSTRUÇÃO DOS FORNECEDORES

Deve-se instruir tais fornecedores sobre como agir em casos análogos aos das demandas mais formalizadas no órgão, instruindo estes fornecedores sobre suas obrigações e sobre algumas questões que não se tratam de obrigações impostas pela lei consumerista. As Instruções seriam realizadas por meio de palestras em parceria com a Câmara dos Dirigentes Logistas (CDL), utilizando cartilhas.



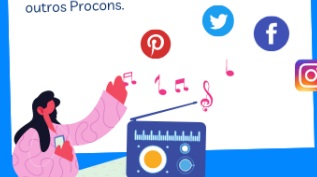
APERFEIÇOAMENTO DO ATENDIMENTO

O aperfeiçoamento do atendimento consiste na qualificação dos funcionários do órgão para prestarem um atendimento melhor aos consumidores, especialmente nas demandas mais incidentes no órgão. Esse aperfeiçoamento se daria com visitas técnicas a outros Procons.



FORMAS DE ESCLARECIMENTO

Produção de artes gráficas com divulgação por meio de Redes Sociais, Site da Prefeitura Municipal, além de divulgação via rádio, palestras em parceria com a CDL, visitas técnicas a outros Procons.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Ciência Jurídica, assim como a sociedade, está em constante transformação. Nessa perspectiva, o Direito precisa estar conectado às realidades sociais e aos anseios e às agruras da população. Assim, tendo em vista que a abordagem deste trabalho refere-se ao estudo de um ramo do Direito envolvendo percepções e dúvidas de cidadãos acerca da relação de consumo, as considerações finais apresentadas neste capítulo não são permanentes e estanques, mas voláteis e modificáveis.

A conclusão deste trabalho é o retrato momentâneo do que se investigou ao longo da pesquisa, mas tal conclusão não seria a mesma se ela tivesse sido realizada um ano antes ou novamente dois anos depois desta, ou, ainda, realizada em localidade diversa da que foi lócus do estudo. Assim, a sociedade muda, os questionamentos se transformam e o próprio Direito se altera.

Há alguns anos, certamente, as dúvidas dos consumidores sobre seus direitos na relação de consumo seriam outros, assim como as demandas ajuizadas por eles nos órgãos de defesa do consumidor. Por exemplo, as transações comerciais ocorriam majoritariamente em lojas físicas, o que vem se modificando dia após dia com o aumento expressivo do *e-commerce*.

Desse modo, esta pesquisa é relevante, pois permitiu traçar um perfil dos consumidores do Procon Municipal de Nanuque – MG, verificar suas dúvidas mais frequentes na relação de consumo, assim como as principais reclamações ajuizadas no órgão, bem como comparar tais informações para entender as relações que se estabelecem entre as dúvidas dos consumidores acerca de seus direitos e as demandas formalizadas no Procon. Nesse sentido, o estudo traçou um panorama geral dos consumidores nanuquenses, especialmente, dos que utilizaram os serviços do órgão consumerista, seus questionamentos no tocante à relação de consumo e as reclamações mais frequentes, tentando relacionar essas dúvidas com as demandas formalizadas.

Diante disso, pode-se afirmar que os objetivos gerais e específicos do trabalho foram devidamente alcançados, pois foi possível responder satisfatoriamente à questão-problema proposta inicialmente.

Esta pesquisa pode contribuir para a realização de novos estudos com escopo ainda maior, entrevistando uma quantidade maior de sujeitos, por exemplo, e acrescentando como sujeitos da pesquisa os cidadãos que não tiveram demandas

formalizadas no Procon, por exemplo, mas que, do mesmo modo, são consumidores. Também pode contribuir com pesquisas similares, que podem ser realizadas em outros Procons, especificamente, com consumidores que nunca utilizaram seus serviços para saber se suas dúvidas são as mesmas apresentadas pelos consumidores que já tiveram demandas no Procon, etc.

Ademais, pode-se investigar, tendo como base este trabalho, qual o impacto do *e-commerce* e das mídias digitais no Direito do Consumidor; investigar o nível de satisfação dos consumidores que já enfrentaram problemas com produtos e serviços com a empresa fornecedora, bem como a percepção dos consumidores sobre os órgãos de defesa do consumidor, entre outras.

Por outro lado, espera-se que o plano de ação, fruto de toda esta sistemática investigação, seja eficaz em esclarecer os principais questionamentos feitos pelos consumidores da cidade de Nanuque-MG, e diminuir o número de reclamações oriundas de tais indagações junto ao Procon Municipal.

Espera-se, também, que o produto desta pesquisa auxilie os fornecedores a entenderem melhor suas obrigações e responsabilidades na relação de consumo e a atuarem de maneira mais efetiva no auxílio aos consumidores, quando eles enfrentarem situações problemáticas com os produtos ou serviços adquiridos.

Este produto educacional não pretende elucidar todos os questionamentos dos consumidores, nem tampouco zerar a incidência de reclamações no Procon, pois essa meta, além de utópica, seria inviável, visto que as divergências e oposições são inerentes às relações humanas e jurídicas.

Assim sendo, a real intenção é esclarecer para o maior número possível de consumidores as dúvidas e reclamações recorrentes no Procon, assim como esclarecer os fornecedores sobre como agir em casos similares para evitar demandas administrativas e judiciais, assim como sugerir e promover uma qualificação melhor dos funcionários do Procon Municipal, especificamente, em relação aos temas mais frequentes no órgão.

Portanto, espera-se que o presente estudo contribua para um aprimoramento das relações de consumo na cidade de Nanuque-MG e para a comunidade acadêmica de maneira geral, ressaltando-se que a pesquisa não tem um fim, é apenas o começo de uma investigação que deve ser regular e permanente em toda sociedade, e ter como foco sempre melhorar as relações de consumo e solucionar as contendas entre consumidores e fornecedores.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para o consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2008.

BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual de Direito do Consumidor**. 4ª Edição. Brasília, 2014.

BORGES, Fábio Mariano. **Consumo e cidadania**: práticas cidadãs nas reclamações dos consumidores. Dissertação (Mestrado), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Mestrado em Ciências Sociais. São Paulo, 164 p. 2012.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. **Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990**. Código de Defesa do Consumidor, 1990.

BRASIL. **Decreto nº. 2.181, de 20 de Março de 1997**. Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, 1997.

CAVALIERI, Sérgio. **Programa de Direito ao Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2019.

ELBACHA, Gustavo Campos. Comércio eletrônico e direito do consumidor: discutindo os riscos e os principais direitos dos consumidores. *In*: SOARES, Marcelo Chaves (Org.). **Direito em Cena**: perspectivas para pensar a sociedade. São Paulo: Pimenta Cultural, 2021.

GAJARDONI, Fernando. A necessidade de prévio requerimento e o uso da plataforma consumidor.gov.br. **Genjurídico**. Disponível em: <http://genjuridico.com.br/2020/05/14/previo-requerimento-plataforma-consumidor/>. Acesso em: 21 jul. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. Ed. Atlas: São Paulo, 2002

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. Ed. Atlas: São Paulo, 2008.

LIMEIRA, Tania Maria Vidigal. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Saraiva, 2008.

LOUREIRO, Gean Marques. **Estratégia para utilização de ferramentas da qualidade no serviço público**: uma proposta para melhoria no processo de atendimento aos consumidores no Procon – SC. Dissertação (Mestrado),

Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis, 124 p. 2003.

MACHADO, Andréa Janaína. **Imagem do Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor**: um estudo sobre as percepções de consumidores, advogados e representantes de Procons e empresas do segmento financeiro. Dissertação de mestrado – Universidade FUMEC. Faculdade de Ciências Econômicas Administrativas e Contábeis. Belo Horizonte, 107 p. 2010.

MAGALHÃES, Marcéllly Ribeiro. CIRIBELI, João Paulo. BARBOSA, Taináh Moreira M. da C. **Procedimento das Demandas Consumeristas no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**: análise processual e das reclamações junto ao Procon. *In*: Revista Científica Fagoc Jurídica, vol. 2, nº. 1, 2017.

NUNES JUNIOR, Flávio Martins Alves. **Curso de Direito Constitucional**. 3ª. ed. São Paulo: Editora dos Tribunais, 2019.

PERISSÉ, Camille. MARLI, Mônica. Idosos indicam caminho para uma melhor idade. **Revista Retratos**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/24036-idosos-indicam-caminhos-para-uma-melhor-idade>. Acesso em: 16 jul. 2021.

REDAÇÃO. Tudo que você precisa saber sobre o Reclame AQUI. **Reclame AQUI**. Disponível em: <https://noticias.reclameaqui.com.br/noticias/tudo-que-voce-precisar-sabe-sobre-o-reclame-aqui2686>. Acesso em: 16 jul. 2021.

REDAÇÃO. Conheça o Brasil – População. **Educa IBGE**. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18317-educacao.html#:~:text=Tamb%C3%A9m%20em%202019%2C%2046%2C6,4%25%2C%20o%20superior%20completo>. Acesso em: 16 jul. 2021.

REDAÇÃO. STJ decide que devolução em dobro não exige má-fé comprovada. **IDEC**. Disponível em: <https://idec.org.br/noticia/stj-decide-que-devolucao-em-dobro-nao-exige-ma-fe-comprovada#:~:text=Por%20isso%2C%20essa%20decis%C3%A3o%20da,que%20a%20boa%2Df%C3%A9%20objetiva%2C>. Acesso em: 16 jul. 2021.

REDAÇÃO. Conheça o Consumidor.gov.br. **Consumidor.gov**. Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/conteudo/publico/1>. Acesso em: 16 julho 2021.

RIBEIRO, Moura. **Recurso Especial Nº 1.568.938 - RS (2015/0199988-7)**. Superior Tribunal de Justiça. Disponível em: https://processo.stj.jus.br/processo/revista/documento/mediado/?componente=ITA&ssequencial=1974099&num_registro=201501999887&data=20200903&formato=PDF. Acesso em: 15 ago. 2021.

RIZZO, Paulo Sérgio. **Acesso à justiça e a função institucional do Procon**. Dissertação de Mestrado – Faculdade de Direito de Vitória. Vitória, 128 p. 2006.

ZUBOFF, Shoshana. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Tradução de George Schlesinger. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2021.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO APLICADO AOS CONSUMIDORES

Questionário

1 - Qual a sua idade?

2 - Sexo:

a) Masculino

b) Feminino

3 – Em qual bairro reside?

4 - Qual o seu nível de escolaridade?

a) Analfabeto

b) Ensino básico completo

c) Ensino fundamental completo

d) Ensino médio completo

e) Ensino superior completo

5 - Qual a sua renda?

a) Até um salário mínimo

b) Entre 1 e 3 salários mínimos

c) Entre 3 e 5 salários mínimos

d) Mais do que 5 salários mínimos

6 – Quais problemas relacionados ao direito do consumidor você já enfrentou?

7 – Para qual desses problemas foi necessário procurar o Procon Municipal?

8 – Quais dúvidas você tem sobre a atuação do Procon?

9- Quais dúvidas você tem a respeito de quando deve ou não procurar o órgão?

10 - Quais as dúvidas você tem sobre o seu direito como consumidor?

11 – Qual seria o meio de comunicação mais eficaz para te ajudar a sanar essas dúvidas?

- a) Televisão
- b) Rádio
- c) Jornal
- e) Internet
- f) Outros

ANEXO A - TERMO DE CONSTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), do estudo/pesquisa intitulado(a) **DEFESA DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE SOBRE AS PRINCIPAIS DEMANDAS DA POPULAÇÃO NO PROCON MUNICIPAL DE NANUQUE - MG**, conduzida por Gustavo Campos Elbacha. Este estudo tem por objetivo analisar as relações que se estabelecem entre as dúvidas dos consumidores e as demandas formalizadas no Procon Municipal de Nanuque – MG, identificar o perfil dos consumidores que procuram o Procon Municipal de Nanuque – MG, verificar quais são as reclamações mais frequentes no Procon da referida cidade, discutir as principais dúvidas e direitos dos consumidores que procuram o Procon Municipal em questão e, por fim, apresentar um plano de ação para dirimir as dúvidas mais frequentes destes consumidores e esclarecer para os fornecedores as reclamações mais constantes no órgão.

Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder uma entrevista, em forma de questionário, que será realizada na sede do Procon Municipal de Nanuque - MG, com duração estimada em 30 (trinta minutos), realizada pelo próprio pesquisador, contendo perguntas subjetivas e objetivas, relacionadas ao Direito do Consumidor e algumas informações pessoais, sem registro de áudio, de vídeo ou imagem.

Você foi selecionado(a) através de um sorteio realizado entre os consumidores que tiveram procedimentos formalizados no Procon Municipal de Nanuque – MG - no ano de 2020 (dois mil e vinte). Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo.

A participação neste estudo não implica qualquer risco à saúde ou à incolumidade física do participante. Esclarece-se apenas o risco de constrangimento ao responder algumas perguntas de ordem pessoal que são importantes para delimitar o perfil dos consumidores que procuram o aludido Procon Municipal.

Por outro lado, podem ser identificados benefícios na participação do estudo, como contribuir para a melhoria dos serviços do órgão público em epígrafe, assim como colaborar para que seja traçado um plano de ação eficiente para dirimir as dúvidas mais frequentes dos consumidores e esclarecer para os fornecedores as reclamações mais constantes no órgão.

Ressalta-se ainda que: a) a participação na pesquisa não será remunerada nem implicará em gastos para os participantes; e b) não haverá ressarcimento para eventuais despesas de participação, tais como: transporte e alimentação etc. E caso haja qualquer violação aos seus direitos, poderá ser pleiteado o direito à indenização através dos meios judiciais cabíveis.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais e não serão divulgados em nível individual, visando assegurar o sigilo de sua participação.

O pesquisador responsável se compromete a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada sem qualquer identificação de indivíduos ou instituições participantes.

Caso você concorde em participar desta pesquisa, assine ao final deste documento, que tem duas vias, sendo uma delas sua, e a outra, do pesquisador responsável / coordenador da pesquisa.

Eu declaro ter conhecimento das informações contidas neste documento e ter recebido respostas claras às minhas questões a propósito da minha participação direta (ou indireta) na pesquisa e, adicionalmente, declaro ter compreendido o objetivo, a natureza, os riscos e benefícios deste estudo.

Após reflexão e um tempo razoável, eu decidi, livre e voluntariamente, participar deste estudo. Estou consciente que posso deixar o projeto a qualquer momento, sem nenhum prejuízo.

Este termo possui duas vias de igual teor, sendo que uma ficará com o pesquisador e a outra com o pesquisador.

Nome completo: _____

RG: _____

Data de Nascimento: ___/___/___

Telefone: _____

Endereço: _____

CEP: _____ Cidade: _____ Estado: _____

Assinatura: _____

Data: ___/___/___

Eu declaro ter apresentado o estudo, explicado seus objetivos, natureza, riscos e benefícios e ter respondido da melhor forma possível às questões formuladas.

Assinatura pesquisador: _____ Data: ___/___/___

Para todas as questões relativas ao estudo ou para se retirar do mesmo, poderão se comunicar com Gustavo Campos Elbacha, via e-mail: gustavoelbacha@hotmail.com ou telefone: (33) 98859-0016.

PESQUISADOR(A) RESPONSÁVEL: GUSTAVO CAMPOS ELBACHA

ENDEREÇO: AVENIDA BELO HORIZONTE, Nº 417, CENTRO, NANUQUE – MG, CEP: 39.860-000

ANEXO B - TERMO DE AUTORIZAÇÃO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO

Eu, (nome completo), ocupante do cargo (.....), autorizo a realização da pesquisa (.....), sob a responsabilidade do pesquisador (.....), tendo como objetivo (.....).

Afirmo que fui devidamente orientado sobre a finalidade e objetivos da pesquisa, bem como sobre a utilização de dados exclusivamente para fins científicos e que as informações a serem oferecidas para o pesquisador serão guardadas pelo tempo que determinar a legislação e não serão utilizadas em prejuízo deste órgão e/ou das pessoas envolvidas, inclusive na forma de danos à estima, prestígio e/ou prejuízo econômico e/ou financeiro. Além disso, durante ou depois da pesquisa é garantido o anonimato dos sujeitos e sigilo das informações.

(local), (data).

Assinatura do responsável e carimbo