

**XXVI CONGRESSO NACIONAL DO  
CONPEDI SÃO LUÍS – MA**

**FORMAS CONSENSUAIS DE SOLUÇÃO DE  
CONFLITOS II**

**BARTIRA MACEDO MIRANDA SANTOS**

**JANAÍNA RIGO SANTIN**

**JOSÉ QUERINO TAVARES NETO**

Todos os direitos reservados e protegidos.

Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa – UNICAP

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet – PUC - RS

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim – UCAM

**Vice-presidente Nordeste** - Profa. Dra. Maria dos Remédios Fontes Silva – UFRN

**Vice-presidente Norte/Centro** - Profa. Dra. Julia Maurmann Ximenes – IDP

**Secretário Executivo** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba – UFSC

**Secretário Adjunto** - Prof. Dr. Felipe Chiarello de Souza Pinto – Mackenzie

**Representante Discente** – Doutoranda Vivian de Almeida Gregori Torres – USP

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Msc. Caio Augusto Souza Lara – ESDH

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto – UFG/PUC PR

Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Naspolini Sanches – UNINOVE

Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva – UFS (suplente)

Prof. Dr. Fernando Antonio de Carvalho Dantas – UFG (suplente)

#### **Secretarias:**

**Relações Institucionais** – Ministro José Barroso Filho – IDP

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho – UPF

**Educação Jurídica** – Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues – IMED/ABEDI

**Eventos** – Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta – FUMEC

Prof. Dr. Jose Luiz Quadros de Magalhaes – UFMG

Profa. Dra. Monica Herman Salem Caggiano – USP

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo – UNIMAR

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr – UNICURITIBA

**Comunicação** – Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro – UNOESC

---

F723

Formas consensuais de solução de conflitos II [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Janaína Rigo Santin, José Querino Tavares Neto, Bartira Macedo Miranda Santos – Florianópolis: CONPEDI, 2017.

Inclui bibliografia

ISBN:978-85-5505-542-3

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Direito, Democracia e Instituições do Sistema de Justiça

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Ciências sociais. 3. Justiça Social. XXVI Congresso Nacional do CONPEDI (27. : 2017 : Maranhão, Brasil).

CDU: 34



## XXVI CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI SÃO LUÍS – MA

### FORMAS CONSENSUAIS DE SOLUÇÃO DE CONFLITOS II

---

#### **Apresentação**

O Grupo de Trabalho Formas Consensuais de Solução dos Conflitos II que se reuniu durante XXVI Congresso Nacional do CONPEDI realizado em São Luís, no Maranhão de 15 a 17 de novembro de 2017 sob a temática Direito, Democracia e Instituições do Sistema de Justiça, contou com a apresentação de artigos científicos por pesquisadores de diversas regiões do Brasil que, não apenas, qualificados, apresentaram diferentes abordagens e aprofundamentos científico-teórico-práticos, possibilitando discussões críticas na busca de aprimoramento do renovado sistema de justiça brasileiro.

Merece destaque nas discussões reflexas dos artigos apresentados, que grande parte das pesquisas teve sua origem em projetos de extensão, desenvolvidos em diversas Universidades e Faculdades de Direito do país. Nesse sentido, é preciso destacar a necessária indissociabilidade entre o Ensino, a Pesquisa e a Extensão, onde esta última possibilita que novas práticas de solução dos conflitos sejam inseridas no cotidiano do estudante de Direito.

No entanto, a questão central que norteou as discussões deu-se no fato cada vez mais incontestável da insuficiência do Sistema de Justiça apresentar soluções plausíveis e mais perenes à intensa e naturalizada relação processual conflitiva e sua incapacidade na solução de conflitos, que, mesmo com um novel e esperançoso direito processual civil, que, sem dúvidas promoveu avanços, se apresenta impotente, em face da dimensão judicante cada vez mais intensa, crescente e, sobretudo, insuficiente na resolução de conflitos.

Essas constatações são resultado, infelizmente, dos próprios currículos jurídicos, que contemplam poucas disciplinas específicas no tratamento de formas consensuais de solução de conflitos, e se concentra na maior parte de seu conteúdo ao longo dos cursos de direito em disciplinas processuais, nas quais há um predomínio da litigiosidade. Por tal fato, as formas consensuais de solução dos conflitos como a mediação, a arbitragem, a conciliação e demais formas extrajudiciais de resolução dos litígios por vezes acabam não dialogando com as demais disciplinas e, por consequência reflexa, no próprio ethos jurídico dos egressos e, numa dimensão tardia, mas lamentável, nos profissionais que militam em todo Sistema de Justiça brasileiro.

De fato, aqui não se desvia de constatações, mas, longe de desânimo contemplativo, o espaço do Conpedi como ambiente de imaginação crítica, demonstra-se cada vez mais como grito de

esperança de propostas inovadoras, e, sobretudo, desafiadoras de uma sociedade menos centrada no litígio e mais permeada da mediação como método de resolução de conflitos.

São Luiz, um dia desses de reflexão.....

Profa. Dra. Bartira Macedo Miranda Santos - UFG

Profa. Dra. Janaína Rigo Santin - UPF e UCS

Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG

Nota Técnica: Os artigos que não constam nestes Anais foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals, conforme previsto no artigo 7.3 do edital do evento. Equipe Editorial Index Law Journal - [publicacao@conpedi.org.br](mailto:publicacao@conpedi.org.br).

# **O IMPACTO DA PLATAFORMA CONSUMIDOR.GOV.BR NA RESOLUÇÃO DE CONFLITOS DE CONSUMO NO BRASIL: UM ESTUDO QUANTITATIVO DE CASOS.**

## **THE IMPACT OF THE PLATFORM CONSUMER. GOV.BR IN THE RESOLUTION OF CONSUMER CONFLICTS IN BRAZIL: A QUANTITATIVE STUDY OF CASES**

**Kleber José Trinta Moreira e Lopes <sup>1</sup>**  
**José Caldas Gois Júnior <sup>2</sup>**

### **Resumo**

O número de consumidores que buscam os órgãos administrativos (PROCONS) para resolução de conflito vem aumentando, de igual modo, os processos que chegam ao Poder Judiciário Brasileiro é maior a cada ano, e grande parte desses processos versão sobre relações de consumo. O presente artigo apresenta um estudo quantitativo, dos atendimentos realizados através da plataforma consumidor.gov.br, analisando a satisfação do consumidor e a solução ou não do conflito.

**Palavras-chave:** Direito, Consumidor, Consumidor.gov.br, Resolução, Conflitos

### **Abstract/Resumen/Résumé**

The number of consumers seeking the administrative bodies (PROCONS) for conflict resolution has been increasing, likewise, the processes that arrive at the Brazilian Judiciary are greater each year, and most of these processes version on consumer relations. The present article presents a quantitative study of the consultations carried out through the platform consumidor.gov.br, analyzing consumer satisfaction and the solution or not of the conflict.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Law, Consumer, Consumidor.gov.br, Resolution, Conflicts

---

<sup>1</sup> Advogado, especialista em Direito Processual Civil pela PUC-SP, mestrando em Educação pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico do Porto (ESEP) e Professor da Universidade CEUMA.

<sup>2</sup> Professor e Coordenador da Pós Graduação da UNIVERSIDADE CEUMA e da Universidade Estadual do Maranhão, Advogado, Especialista em Metodologia da Pesquisa e Ensino Superior -CEUMA, Mestre em Direito Público pela UFPE.

## 1 Introdução.

Justificando o tema que iremos detalhar, adiante, o que se constata é que as novas tecnologias da informação se constituem hoje num canal novo e potente de viabilização da participação da sociedade na vida política e na resolução de conflitos sociais mas que, apesar deste potencial, tal fenômeno ainda carece de trabalhos de avaliação e crítica principalmente quando se trata de meios tecnológicos de resolução de conflitos.

A hipótese geral, portanto, é a de que a inexorável disseminação do uso da tecnologia para a comunicação e para o controle pode ser apropriada para melhorar a interface entre o Governo e a sociedade organizada e para maximizar funções estatais como a distribuição da justiça e a pacificação social.

Neste contexto um primeiro recorte que orienta o presente trabalho é aquele que limita o estudo às ferramentas tecnológicas de composição dos litígios surgidos dentro das relações de consumo e num segundo momento colocamos foco em um instrumento específico de composição que é o uso de ferramentas portadas dentro de portais na *internet* que tem como exemplo o estudado portal [www.consumidor.gov.br](http://www.consumidor.gov.br)

Hodiernamente existe quase um consenso a respeito da importância de mecanismos eficazes de solução das lides de consumo que se multiplicaram em função da massificação da produção e do mercado que tem início com os sistemas de produção fabril ocorridos no final do Século XIX e início do século XX e que hoje respondem por boa parte das demandas submetidas ao judiciário..

A dinâmica da produção em massa levou os fornecedores a criarem contratos padronizados que não davam ao consumidor a opção de modificar as suas cláusulas, o que forçou a criação de uma normatização jurídica de caráter coletivo e difuso, com o intuito de solucionar e mitigar os conflitos de consumo num quadro de explícita vulnerabilidade dos consumidores.

Não é demais afirmar que a mais frequente relação jurídica no mundo moderno é exatamente aquela que se desenvolve no mercado de consumo. Mesmo a relação de trabalho, que já foi considerada como a mais característica, vide no Século XX as concepções formuladas por *Max Scheler*, *Dewey*<sup>1</sup> e *Hannah Arendt*<sup>2</sup>, que trouxeram o conceito do *homo*

---

<sup>1</sup> Ultrapassa os objetivos deste artigo e o momento desta introdução uma discussão maior a respeito das categorias de homo-faber e homem consumidor. Entretanto para quem desejar se aprofundar no estudo da

*faber* à tona mais uma vez, não é hoje a mais corriqueira. É fácil encontrar hodiernamente, principalmente na geração mais jovem, a bem estudada geração “y”, vastas camadas da população que ainda não figuram em nenhum momento da vida em qualquer pólo da relação laboral mas que desde a mais tenra idade já se comportam e figuram como consumidores de alta importância econômica. No Brasil, por exemplo, as crianças influenciam em 80% (oitenta por cento) os hábitos de consumo das famílias a que pertencem, segundo dados de 2003 do Observatório TNS/INTERSCIENCE no relatório “Como atrair o consumidor infantil, atender expectativas dos pais e ainda, ampliar as vendas...”. (TNS/INTERSCIENCE, 2013)

Em verdade existe uma relação de necessidade, de contingência, do consumo em relação ao homem contemporâneo que, ao contrário do que o senso comum indica, não mais consome porque deseja mas sim por não ter meios materiais de sobrevivência fora do mundo do consumo. Por outro lado podemos afirmar que a relação que se estabelece é uma relação alienada uma vez que o consumidor não participa e muitas vezes nem conhece nenhuma das fases do processo de produção dos bens e serviços que adquire. Por fim, o modo de produção em massa faz com que seja impossível afastar do processo a possibilidade de erro que se torna, portanto, estatisticamente, obrigatória. Assim, é o homem contemporâneo refém do consumo de produtos e serviços cujo processo de produção não compreende e que, necessariamente, serão em algum momento contemplados por um erro, cuja possibilidade não é humana mas estatística, o que justifica juridicamente a proteção especial dada pela legislação ao instituir uma vulnerabilidade aos consumidores com características de presunção absoluta.

O resultado de tal sistema de coisas é uma sociedade na qual as lides de consumo se multiplicam numa velocidade acima de qualquer possibilidade de ampliação ou modernização do judiciário como meio tradicional de resolução de conflitos. A constatação de tais contingências fez com que, já no final dos anos 1990 houvesse um consenso entre os órgãos de defesa do consumidor quanto à necessidade de um sistema de informação capaz de integrá-los em âmbito nacional traçando uma panorama geral da problemática dentro do nosso território.

---

primeira categoria a indicação primeira é a leitura do livro “The Homo Faber Debate in Dewey and Max Scheler” de Larry A. Hickman, sem versão para o português.

<sup>2</sup> Hannah Arendt tratou do tema no seu consagrado livro “A Condição Humana”. Nele nomeia a atividade humana de produzir objetos como uma atividade decorrente da fabricação. De acordo com Arendt, a fabricação dá ao homem sua primeira identificação humana e também serve como distinção das outras atividades humanas.

Desde então é inegável a evolução de tal sistema que hoje transcende em muito o simples caráter integrativo e informativo tendo se transformado em um importante instrumento de solução de conflitos graças à introdução de técnicas e ferramentas composição de conflitos.

Não obstante a crescente importância de tais ferramentas e tecnologias na solução de lides de consumo o que se constata é uma lacuna deixada pela falta de trabalhos científicos de avaliação do sistema, capazes de detectar os impactos do mesmo no atual acervo de ferramentas de solução não judicial de litígios. O Presente artigo vem, portanto, exatamente tentar colaborar com esta necessária reflexão e avaliação a respeito do papel da tecnologia na composição de litígios no âmbito do consumidor.

Como já mencionado, por uma opção metodológica iremos limitar o estudo ao portal [consumidor.gov.br](http://consumidor.gov.br), que é hoje a principal ferramenta que compõe o sistema tratado, voltando a análise para a aferição da sua real eficácia para a resolução de conflitos de consumo, tendo como base os dados retirados do relatório de dados abertos do sistema, disponível na *internet* no link <https://www.consumidor.gov.br/pages/dadosabertos/externo/> e que dizem respeito a reclamações realizadas com o uso do portal registradas no ano de 2016.

Tais relatórios dizem respeito a dados brutos, sem tabulação, e públicos, disponíveis ao público em formato .CSV (dados em texto) que foram importados pelos pesquisadores, tabulados e transformados em gráficos e tabelas utilizados no presente trabalho.

Assim, a nossa análise será a partir de estudo de casos concretos, de maneira exaustiva, por meio de um estudo quantitativo de todos os atendimentos realizados pela plataforma em 2016, estudos da bibliografia pertinente e análises de documentos acessados e disponibilizados pela organização.

## **2 As Novas tecnologias da informação e a sociedade de consumo.**

Inicialmente, é importante destacar que antes de entrar no ponto focal do artigo faz-se necessário explicar o papel das novas tecnologias da informação em nossa sociedade de consumo, pois a forma como atualmente nos comunicamos é um fator fundamental para influenciar a resolutividade da plataforma.

De fato, hoje, no início do século XXI, a humanidade vive sob os efeitos da denominada segunda revolução industrial, caracterizada principalmente pelo incrível incremento na tecnologia de transmissão e controle da informação que ganharam um especial relevo na nossa história recente na qual se sobressai um conjunto de recursos tecnológicos e



computacionais para geração e uso da informação denominado genericamente de NTICs – Novas Tecnologias da Informação e Comunicação.

As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs) são caracterizadas pela interatividade que equivale à uma ruptura com o modelo comunicacional um-todos, no qual a informação é transmitida de modo unidirecional, adotando o modelo todos-todos, em que aqueles que integram redes de conexão operacionalizadas por meio das NTICs tanto enviam quanto recebem informações o que permite a interação em rede de seus integrantes num modelo interativo e não somente reativo tal qual as formas tradicionais de comunicação.

É exatamente esta interatividade que permite ao cidadão hoje não ser somente um ente passivo perante os meios de comunicação mas poder utilizar as novas tecnologias como forma eficaz de manifestação das suas ideias, ambições e anseios e até mesmo como meio de composição de eventuais litígios.

Segundo Castells (1999, p. 68), o processo contemporâneo de transformação tecnológica “expande-se exponencialmente em razão de sua capacidade de criar uma interface entre campos tecnológicos mediante uma linguagem digital comum na qual a informação é gerada, armazenada, recuperada, processada e transmitida”.

Equipar o Estado com portais para ouvir a população e seus anseios e criar ferramentas tecnológicas de resolução consensual de conflitos é apenas uma das novas atribuições estatais surgidas no prefalado cenário em que nos encontramos.

### **3 Evolução do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e a implantação do portal [www.consumidor.gov](http://www.consumidor.gov).**

Para Bauman (2007), após o século XVIII, as estruturas sociais se alteraram de tal maneira que a vida das pessoas se rearranjou em torno de shopping centers. Para o autor, esse novo arranjo constituiu uma sociedade de consumidores, onde há uma submissão do indivíduo ao consumo - “numa sociedade de consumidores, todo mundo precisa ser, deve ser e tem que ser um consumidor por vocação” (BAUMAN, p.73).

Nessa sociedade de consumidor, nasce as entidades de defesa dos consumidores, que em 1990 já viam à necessidade de um sistema de informação capaz de integrar-los em âmbito nacional. Assim, em 2003, o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça (MJ), concentrou esforços para a criação do referido sistema a partir de um convênio com a Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor do estado de São Paulo (Procon/SP), que cedeu o seu software – o Sistema Global de Atendimento – SIGA – para que

fosse utilizado como base para a criação do Sistema de Informação Nacional de Defesa do Consumidor, o Sindec (SINDEC, 2010). De acordo com o site institucional do Ministério da Justiça:

[O SINDEC] é uma política pública que, por meio de um conjunto de soluções tecnológicas, integra o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. [...] [Ele] permite o registro dos atendimentos individuais a consumidores, a instrução dos procedimentos de atendimento e dos processos de reclamação, além da gestão das políticas de atendimento e fluxos internos dos Procons integrados (PORTAL MJ, 2017)

Após a criação do SINDEC foi possível publicar pela primeira vez o cadastro de reclamações fundamentadas em âmbito nacional, fato este que possibilitou um retrato nacional das reclamações de consumo.

Com o advento da massificação da *internet*, atrelada à cultura de compartilhamento de dados, nasce um consumidor mais informado e mais disposto a expor suas experiências nas redes sociais com a intenção de compartilhar sua insatisfação. Compartilhamento esse que as empresas passam a monitorar com o intuito de manter a confiança na marca.

Foi neste contexto que nasceu a plataforma Consumidor.gov.br, definida como:

serviço público que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos de consumo pela internet. Monitorada pela Secretaria Nacional do Consumidor - Senacon - do Ministério da Justiça, Procons, Defensorias, Ministérios Públicos e também por toda a sociedade, esta ferramenta possibilita a resolução de conflitos de consumo de forma rápida e desburocratizada. (CONSUMIDOR.GOV.BR, 2017).

Desse modo, o governo cria um espaço público dentro da internet, para que consumidores possam resolver seus litígios com os fornecedores, espaço que difere das redes sociais, já que é possível monitorar essas relações com facilidade dentro de regras definidas.

#### **4 Resolução de conflitos de consumo e a plataforma consumidor.gov.**

Para melhor aferir os impactos da plataforma em estudo vamos comparar dados quantitativos de três sistemas institutos distintos, que serão os seguintes: 1) SINDEC, que é o canal de atendimentos dos órgãos de defesa do consumidor – PROCONS; 2) Consumidor.gov.br e o 3) Poder judiciário.

O Sindec, já caracterizado no início deste artigo, é:

o sistema informatizado que integra o atendimento realizado por Procons de 26 estados, o do Distrito Federal e de 435 municípios. Como vários destes Procons contam com mais de uma unidade, o Sistema abrange 733 unidades espalhadas por 639 cidades brasileiras. Esses Procons atendem uma média mensal de 205 mil consumidores. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2016)

Só em 2016, foram realizados 2.458.127 (dois milhões quatrocentos e cinquenta e oito mil e cento e vinte e sete) atendimentos por meio dos PROCONS utilizando o SINDEC, entre as diversas formas de atendimento a mais utilizada é a Carta de Informações Preliminares (CIP) – uma notificação prévia encaminhada ao fornecedor (física ou eletronicamente), por meio da qual é possível resolver a demanda do consumidor. Somente esta Carta, em 2016, obteve, em média, 77,9% de sucesso na resolução de conflitos suscitados por consumidores em face de fornecedores (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2016).

Tais dados parecem demonstrar a importância dos órgãos de defesa do consumidor para a resolução de conflitos de consumo. Ocorre que, assim como o poder judiciário, esses órgão têm um grande custo para o poder público, pois para realizar esse tipo de atendimento faz-se necessário um enorme aparato, seja de pessoas (servidores e estagiários) seja estrutural (imóvel, computador, papel, etc) que podem acabar por comprometer a avaliação de eficiência se tomarmos por base uma simples análise econômica do serviço.

Já plataformas como a estudada, consumidor.gov.br, possuem um custo mínimo, pois são completamente *on-line* e monitoradas por todos ( População, Órgãos Públicos, Ministério Público, consumidor individual e o Próprio Fornecedor), sem contar com a praticidade de funcionarem 24 horas por dia todos os dias da semana em qualquer computador ou *smartphone*.

No caso estudado, desde a criação da plataforma até o ano de 2016 já haviam sido finalizadas 782.101 (setecentas e oitenta e duas mil, cento e uma) reclamações, havendo 655.171 usuários cadastrados e 394 empresas cadastradas. Só no ano de 2016 foram 288 mil reclamações e dentre essas, 80,1 % foram classificadas pelo próprio consumidor como resolvidas (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2016).

Para o atingimento dos objetivos do presente artigo é imprescindível uma comparação do método de solução implementado através da plataforma digital em estudo e o próprio poder judiciário, forma tradicional de resolução de litígios na seara de consumo.

Pois bem, o Judiciário brasileiro recebeu em 2015 o quantitativo de 27.280.287 (vinte e sete milhões duzentos e oitenta mil duzentos e oitenta e sete) novos casos que se somaram a outros 73.936.309 ( Setenta e três milhões novecentos e trinta e seis mil trezentos e nove) processos pendentes de anos anteriores. As lides ligadas ao Direito do Consumidor ocupam o

quarto lugar em número de demandas. Por outro lado o custo da máquina judiciária no Brasil em 2015 foi de R\$ 79.227.335.015,00 ( Setenta e nove bilhões, duzentos e vinte e sete milhões, trezentos e trinta e cinco mil e quinze reais), com uma taxa de congestionamento de 78,47%, ou seja, a cada 10 processos que tramitam, 7 continuam tramitando sem decisão final aproximadamente. Assim podemos dizer o índice de resolutividade do judiciário é de aproximadamente 22%. (CNJ, 2016, p. 45)

É possível afirmar ainda que no atual ritmo se o Poder Judiciário fosse paralisado sem ingresso de novas demandas, com a atual produtividade de magistrados e servidores, seriam necessários aproximadamente 3 anos de trabalho para zerar o estoque. Deste modo, meios alternativos de conflitos são peças fundamentais para a solução de conflitos em nosso país.

Vale destacar ainda, que a referida plataforma tem como base algumas premissas, que vão influenciar diretamente o índice médio de resolução e o índice de satisfação do consumidor na plataforma, que são:

1) O fornecedor não está obrigado a entrar na Plataforma, logo o fornecedor que resolve aderir, já é mais comprometido e envolvido na resolução dos conflitos de consumo;

2) O Consumidor só pode reclamar dos fornecedores cadastrados, evitando-se assim que a plataforma seja um “muro de lamentações”, como ocorre com outras plataformas como o site: [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br). Desse modo o consumidor que reclama tem uma maior probabilidade de ter a sua demanda resolvida;

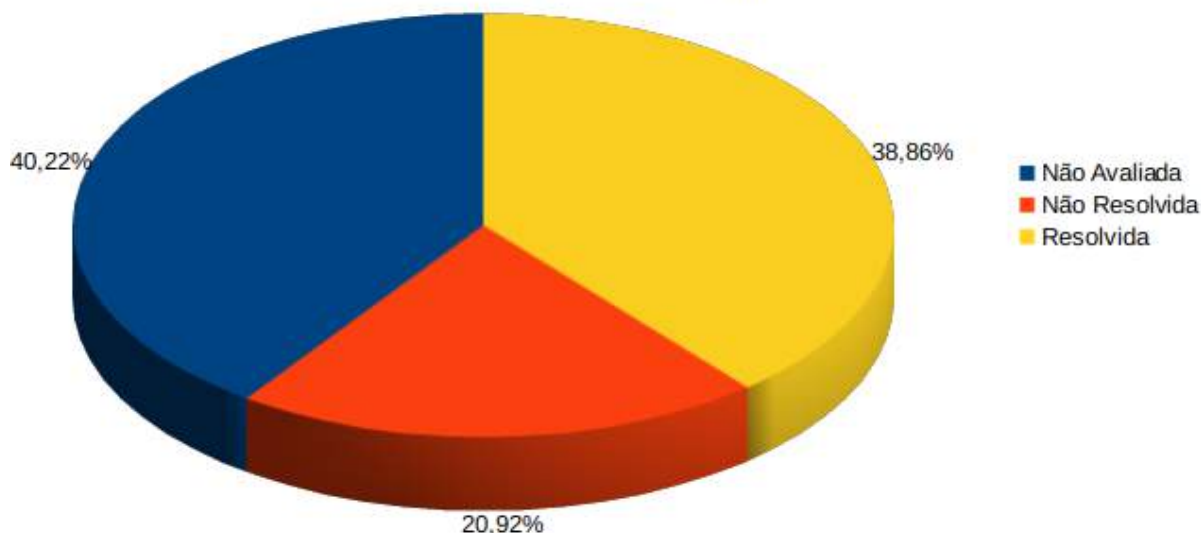
3) Termos de uso claros tanto para o Consumidor como para o Fornecedor, evitando que o consumidor utilize palavras de baixo calão ou que o Fornecedor cancele a reclamação indevidamente;

4) Transparência, quando a plataforma permite que a reclamação do consumidor, a Resposta da empresa, os indicadores de solução, prazo de resposta, índices de satisfação e o prazo médio de resposta sejam abertos para que qualquer pessoa veja e compare, tudo isso afeta diretamente o índice de solução pois em nossa atual economia a imagem da empresa pode ser um de seus maiores ativos.

Na figura abaixo iremos mostrar a resolutividade da plataforma, utilizando como base a própria avaliação do consumidor, mas antes de mostrar o gráfico, faz-se necessário uma breve explicação de uma premissa que fará toda a diferença do cálculo de resolutividade. A premissa é que o consumidor que tem o seu problema resolvido tende a não avaliar a demanda, seja por acomodação ou outros fatores. Já quando ocorre o inverso, o consumidor não tem a sua demanda resolvida, este tende a avaliar a demanda, premissa essa utilizada pela Secretaria Nacional do Consumidor, órgão responsável pelo site.

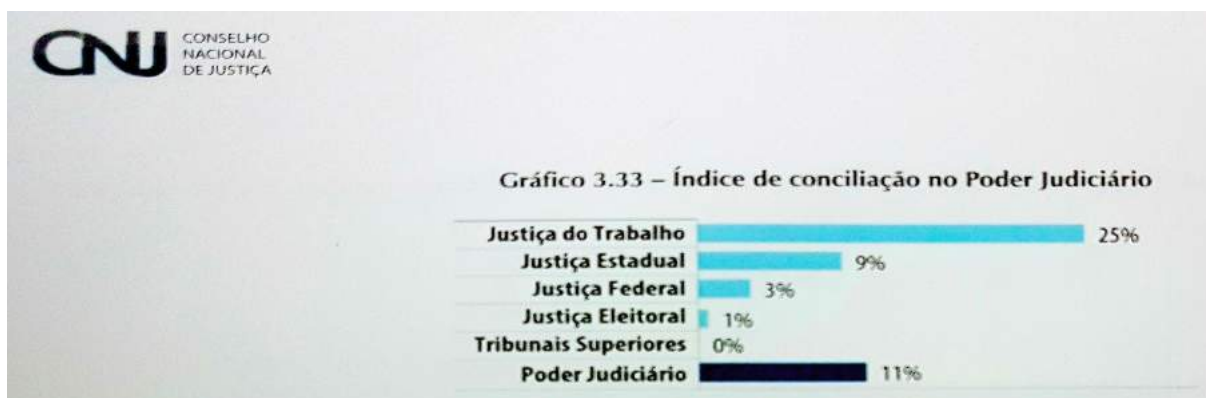
### Distribuição por avaliação - Feed-back

Fonte: www.consumidor.gov



Avaliação Reclamação	Cont.Núm - Avaliação Reclamação
Não Avaliada	50681
Não Resolvida	26366
Resolvida	48974
<b>Total Resultado</b>	<b>126021</b>

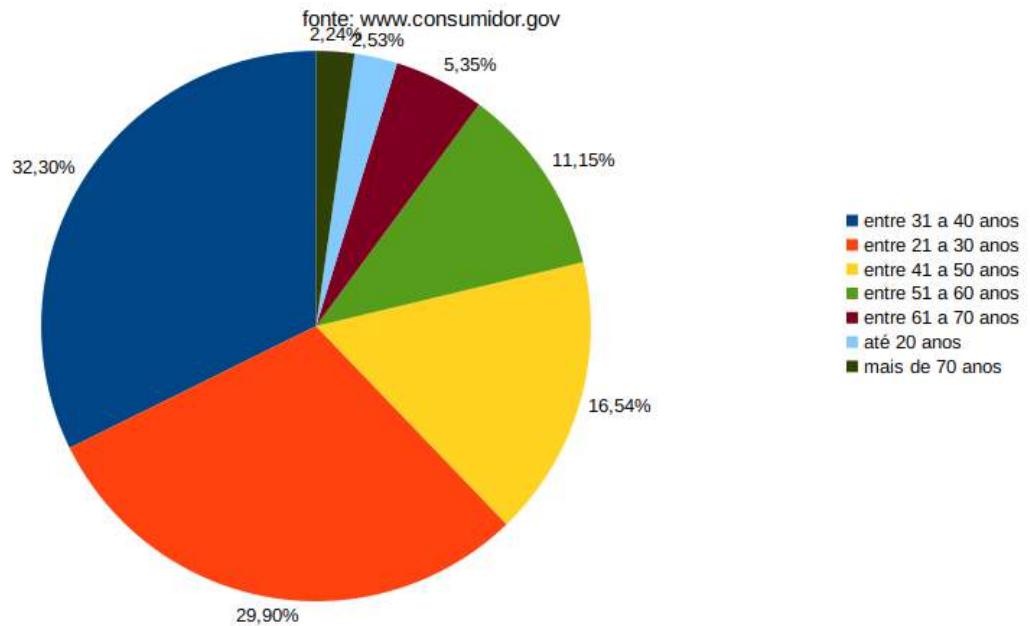
Para efeito de comparação colocamos abaixo o gráfico de conciliação da Justiça Brasileira retirado diretamente do Anuário “Justiça em número”, ano 2016, do Conselho Nacional de Justiça:



Restando assim claro a alta resolutividade da Plataforma.

Outro ponto a ser estudado é o perfil por faixa etária do consumidor que utiliza a plataforma, nesse sentido, como podemos ver abaixo mais de 60% dos consumidores que utilizam o *site* possuem entre 21 e 40 anos.

Distribuição por faixa etária



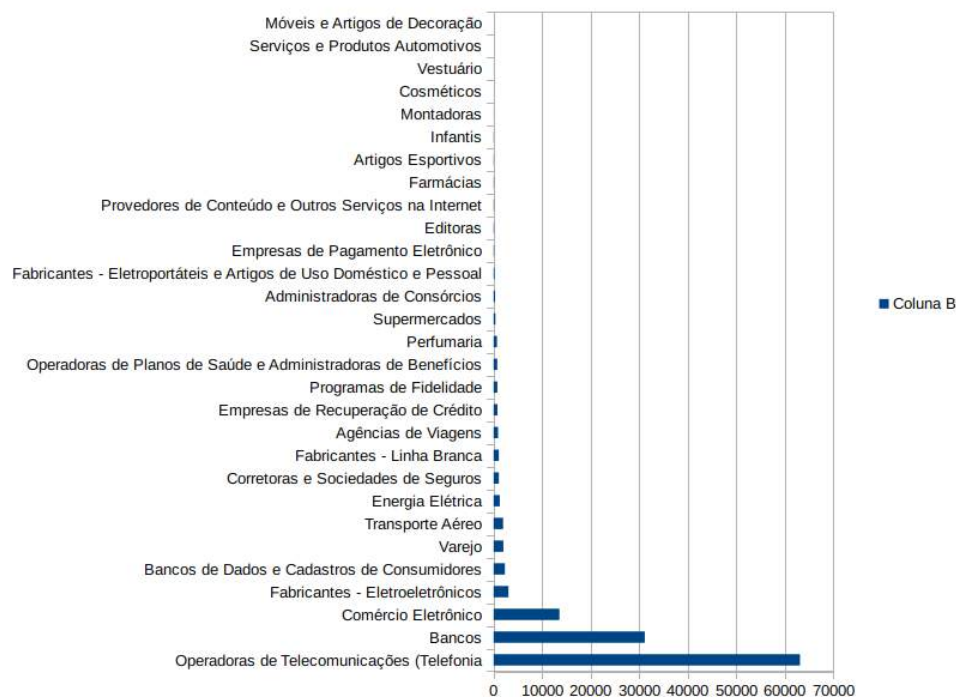
Faixa Etária	Cont.Núm - Faixa Etária	Cont.Núm - Faixa Etária
entre 31 a 40 anos	40707	32,30%
entre 21 a 30 anos	37680	29,90%
entre 41 a 50 anos	20840	16,54%
entre 51 a 60 anos	14047	11,15%
entre 61 a 70 anos	6741	5,35%
até 20 anos	3186	2,53%
mais de 70 anos	2820	2,24%
<b>Total Resultado</b>	<b>126021</b>	<b>100,00%</b>

Com base nessa análise podemos afirmar que o impacto do consumidor.gov.br é maior nos consumidores que possuem entre 21 e 40 anos o que confirma a premissa intuitiva de que as ferramentas tecnológicas são assimiladas mais facilmente por esta faixa de idade em detrimento dos muito jovens e dos muito idosos. Um dos fatores que podem influenciar no baixo nível de adesão pelos consumidores acima de 50 anos é a falta de familiaridade com as ferramentas digitais desses consumidores.

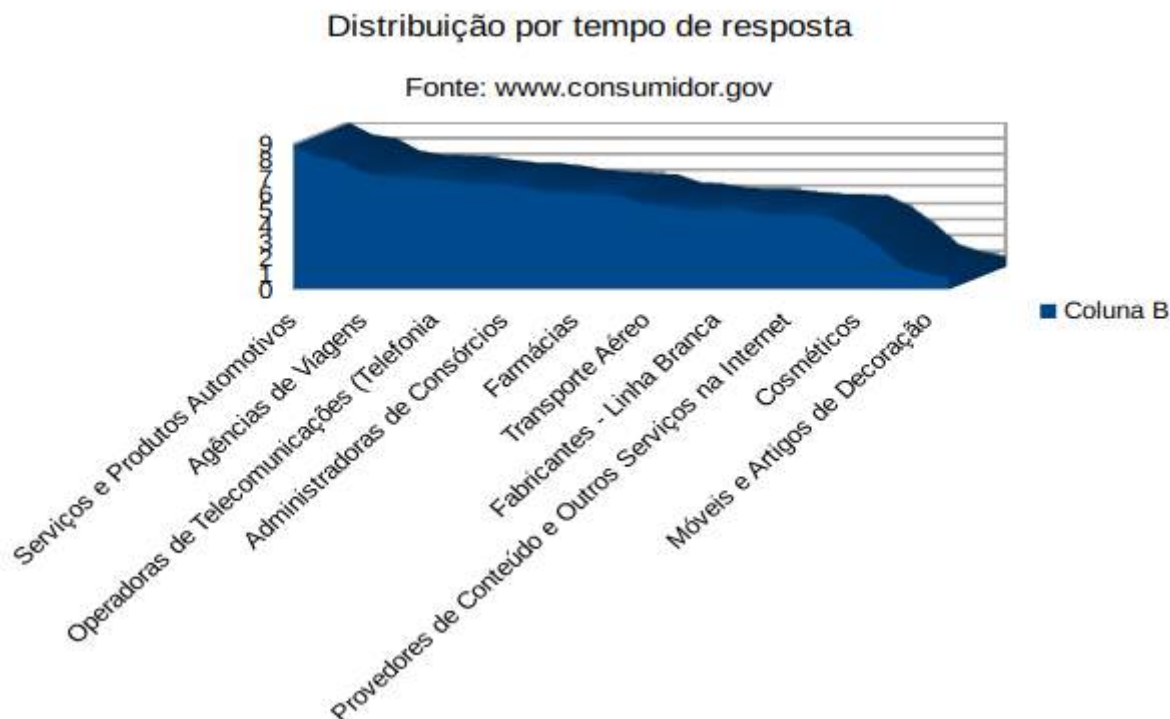
No próximo gráfico a análise também é quantitativa, levando-se em consideração a quantidade de reclamações por segmento de mercado.

### Distribuição por Segmento de Mercado

Fonte: www.consumidor.gov



Desse modo, é possível concluir que a plataforma tem um maior impacto quantitativo nas demandas oriundas das empresas de telefonia, seguida dos bancos. Ocorre que as empresas integrantes desse segmento possuem uma base de clientes maior, logo há uma tendência natural que tenham um grande volume de demandas. Mas isso não quer dizer que a plataforma não tem grandes impactos em outros segmentos com menor volume de demanda o que, entretanto, não pode ser constatado a primeira vista pela simples visualização do gráfico apresentado.



Já em nosso último gráfico o critério foi o tempo que os segmentos tendem a responder ao consumidor, lembrando que o tempo máximo de resposta é 10 dias.

O tempo de resposta é um fator expressivo de satisfação do consumidor, ocorre que algumas empresas ao buscar uma resposta rápida, acabam por não ter um posicionamento completo gerando assim uma insatisfação do consumidor. Logo, o tempo de resposta da empresa deve estar atrelada ao conhecimento da demanda por completo e a devida tratativa do litígio, para que a expectativa do consumidor não seja frustrada.

Para uma breve análise financeira dos impactos da ferramenta, se utilizarmos como base apenas os juizados especiais, onde 70% das demandas são de consumo, os custos que o poder judiciário e o índice de solução da plataforma Consumidor.gov.br que é de aproximadamente 80%, com um prazo médio de resposta de 6,1 dias, podemos afirmar que a plataforma possibilitou uma economia de mais de R\$170 milhões de reais aos cofres públicos, partindo do pressuposto de que os consumidores recorreriam a justiça caso não existisse a plataforma.

Desse modo, o impacto positivo financeiro com a criação da plataforma é de fácil percepção e constatação sendo uma ferramenta barata e de alta solução de demandas consumeristas.

Outro ponto a ser destacado pela plataforma é o seu papel de prover a educação para o consumo, direito garantido no art. 6, II do CDC.



Antes de demonstrar o papel de promoção da educação para o consumo por meio da plataforma, se faz necessário explicar alguns conceitos de educação aqui adotados.

A educação não formal segundo Gahem (2008, p. 68) tem como característica principal a possibilidade de organizar-se de acordo com as demandas da sociedade, ou seja:

(...) diversificados são os métodos, procedimentos e instituições da educação não formal: sistemas individualizados e coletivos, presenciais e a distância, uso de tecnologias (sofisticadas e artesanais ou rudimentares), programação detalhada ou de definição muito genérica. A mesma diversidade caracteriza seus objetivos, abrangendo todo tipo de objetivo cognoscitivo, afetivo ou psicomotor, os três famosos tipos da taxonomia de Bloom (1956).

Assim, a educação não formal consegue satisfazer muitas lacunas deixadas pela educação formal, em função do seu grande potencial de alcance, graças à sua liberdade e mobilidades para gerir suas práticas pedagógicas.

Quanto ao termo “não formal”, esse nos pareceu mais adequado, não só para a diferenciação de uma ação educativa, para além da escola, mas por tratar-se de um termo capaz de nos ajudar a descrever a educação por meio de uma plataforma que também constrói conhecimento, através de outras experiências.

Importante destacar que em nossa atual economia cada vez é mais comum plataformas colaborativas em que todos podem construir conhecimento, sendo um dos mais conhecidas atualmente é *wikipedia* ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)), conceituada pela própria plataforma como:

A Wikipédia é um projeto de enciclopédia colaborativa, universal e multilíngue estabelecido na internet sob o princípio wiki. Tem como propósito fornecer um conteúdo livre, objetivo e verificável, que todos possam editar e melhorar.

O termo “não formal” pretende trazer a noção de uma ação educativa que espera atender uma demanda social, por ajudar o sujeito, o consumidor a compreender seus direitos, a partir do uso da plataforma “consumidor.gov”.

Nesse contexto, o tempo de aprendizagem não é fixado e existe o respeito pelas diferenças em relação ao processo da aprendizagem. Entretanto, este espaço não formal de que falaremos é organizado e estruturado, o que explica a não oposição ao espaço formal, uma vez que os dois contextos são atravessados pela organização, estruturação e intencionalidade, é justamente a organização do tempo conforme as necessidades.

Por outro lado, entende-se que vale a pena olhar para o modelo de educação não formal que ora apresenta-se nesta pesquisa, em relação a seus métodos e práticas educativas como uma possibilidade de agregar novas ferramentas na educação da defesa do consumidor no Brasil.

Assim ao deixar transparente todas as reclamações e as respectivas resposta do fornecedor, bem como a avaliação do consumidor, a plataforma acaba por fomentar um modelo colaborativo de educação não formal, onde o consumidor aprende com as experiências de outros consumidores os seus direitos.

Nesse sentido segue abaixo um exemplo retirado e disponível no *site*.

**Claro Fixo - Embratel**Resolvido

---

**Relato** 📅 15/08/2017, José Bonifácio - SP  
Em Julho de 2017 a empresa de telecomunicações Embratel enviou-me uma fatura referente a um pacote de telefonia fixa, o qual eu nunca solicitei. Achando se tratar de um engano (pois não uso os serviços da empresa) simplesmente desconsidere. Porém, a mesma além de me enviar outra fatura no mês seguinte, ainda mandou uma notificação afirmando que iria incluir meu nome nos órgãos de proteção ao crédito caso não pagasse a fatura anterior. Como não solicitei o serviço, acredito que a empresa está agindo de forma abusiva e usando de má fé.

**Resposta** (1 dia(s) depois)  
Prezado cliente, Em atenção à sua reclamação verifique a carta em anexo, para mais informações. Continuamos à disposição em nossos canais de atendimento, pelo telefone 10321 e/ou por e-mail [consumidor.gov\\_resid@claro.com.br](mailto:consumidor.gov_resid@claro.com.br). Qualquer dificuldade em visualizar o anexo ou dúvida na solução apresentada, você poderá nos contatar utilizando a opção "Interagir com Fornecedor". Atenciosamente, Diretoria de Atendimento a Clientes

**Avaliação**  
Nota 5

Em menos de 24 horas a empresa entrou em contato comigo e se prontificou em atender as minhas solicitações cancelando assim todos os débitos. Apesar dos transtornos a mim causados, acredito que tudo não passou de um erro interno e que não seja prática usual da empresa. Parabêniza pela agilidade e presteza em resolver o problema, demonstrando assim comprometimento com a satisfação de seus clientes.

31

Fonte: retirado do site [www.consumidor.gov](http://www.consumidor.gov)

No exemplo acima fica demonstrado, a rapidez da tratativa da demanda (menos de 24 horas) a devida resolução, conforme afirmado pelo próprio consumidor, o índice de satisfação do consumidor que foi de 5 ( nota máxima) e o papel de educação para o consumo pois outro consumidor que estiver passando por uma situação similar já tem capacidade de reconhecer os seus direitos.

Resta assim demonstrado no caso em tela o papel de educação para o consumo da plataforma [consumidor.gov](http://consumidor.gov).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mudanças na comunicação, na organização cultural e económica no último século tiveram como consequência uma enorme transformação nas relações de consumo, fato esse que desencadeou um consumo em massa que por conseguinte gerou litígios em massa, trazendo para o Estado uma enorme necessidade de primeiramente proteger os consumidores e caso não seja suficiente a proteção, solucionar seus conflitos.

O modelo existente até então ficou limitado a proteção por meio de normas e a solução por meio do poder judiciário ou administrativo, situação esta que desencadeou uma disseminação de demandas em todo o nosso território. A atuação do Estado na defesa do consumidor precisou ser revista, a fim de atender os consumidores.

Nesse contexto, a Coordenação Geral do Sindec, no âmbito da Secretaria Nacional do Consumidor do Ministério da Justiça, concentrou esforços para desenvolver uma política pública capaz de atender às demandas desse novo arranjo nas relações de consumo, a qual foi objeto do artigo apresentado.

O presente estudo teve como objetivo analisar, por meio de estudo quantitativo, o impacto da plataforma consumidor.gov.br na resolução de conflitos de consumo no Brasil.

Assim, a análise da plataforma, deu-se a partir do estudo de caso concreto, de maneira exaustiva, para possibilitar o seu conhecimento amplo e detalhado. Para tanto, foram analisados todos os atendimentos realizados pela site em 2016, estudos da bibliografia pertinente e análises de documentos acessados e disponibilizados pela organização.

Foi possível observar que após a criação do site, houveram impactos econômicos, conforme demonstrado no corpo desse artigo, impactos culturais, mais especificamente na educação para o consumo. Dentre esses impactos, foi possível analisar ainda a faixa etária dos consumidores mais afetados, o índice de resolutividade da plataforma, tempo médio de resolução e o segmento de mercado mais afetado na resolução de conflitos.

Muito embora a pesquisa tenha identificado esses impactos, é importante ressaltar que como qualquer outra ferramenta na internet a abrangência e manutenção desses impactos para o futuro está ligada diretamente a forma como a Secretaria Nacional do Consumidor irá manter as premissas da plataforma bem como a sua divulgação.

A pesquisa acabou por demonstrar que o processo de desenvolvimento da plataforma enfraqueceu o paradigma da condição passiva dos consumidores, que passa a ter um papel ativo, e que, coletivamente, gera indicadores e resultados sobre o desempenho dos fornecedores.

Diante do exposto, há espaço para a construção de um novo modelo de defesa do consumidor não só do ponto de vista do atendimento, mas também do papel do consumidor, tendo como instrumento desse novo modelo a internet.

## **REFERÊNCIAS.**

ARENDT, Hannah. *The Human Condition*. Chicago, University of Chicago Press, 1989.

BAUMAN, Zygmunt. *Sociedade de Consumidores*. In: \_\_\_\_\_. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008. cap. 2, p. 70 – 106.

Boletim Consumidor.gov.br 2016, disponível em <https://www.consumidor.gov.br/pages/publicacao/externo/> Acesso em: 10 de agosto de 2017.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CNJ, CNJ em números 2016. Brasília:CNJ, 2016.

CONSUMIDOR.GOV.BR, Sobre o serviços. Disponível em (<http://www.cnj.jus.br/programas-e-acoes/pj-justica-em-numeros> acessado em 10.08.17). Acesso em 10.06.2017.

GHANEM, E. Formação formal e não formal: do sistema escolar ao sistema educacional. In: ARANTES, V. A. (org.) GHANEM, E. ; TRILLA, J. Educação formal e não formal. São Paulo: Summus, 2008.

LÉVY, Pierre. O que é o virtual. Rio de Janeiro: Editora 34, 1996.

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, Boletim SINDEC. 2016, disponível em <http://justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/sindec/boletim-sindec-2016.pdf>, acesso em 10.08.17)

NUNES, Luiz Antônio Rizzato. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor.6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

PORTAL MJ. Seus Direitos. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/sindec>. Acesso em: 09 de agosto de 2017.

SINDEC. Balanço Social do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor 2003 - 2010. Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor. Brasília: SDE, DPDC, 2010.

TNS/INTERSCIENCE, Como atrair o consumidor infantil, atender expectativas dos pais e ainda, ampliar as vendas. Disponível em:

<[http://www.alana.org.br/banco\\_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/pesquisas/interscience\\_influencia\\_crianca\\_compra.pdf](http://www.alana.org.br/banco_arquivos/arquivos/docs/biblioteca/pesquisas/interscience_influencia_crianca_compra.pdf)>. Acesso em: 15 maio, 2017.