

O Brasileiro e o Código de Defesa do Consumidor

Estudo realizado pelo Centro de Justiça e Sociedade da Escola de Direito Rio da Fundação Getúlio Vargas revela que brasileiros sabem que têm direitos, mas ainda reclamam pouco.

O brasileiro conhece os seus direitos como consumidor, mas pouco os exerce de fato. Este é um dos principais dados apresentados pela pesquisa realizada pelo Centro de Justiça e Sociedade, da Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

O estudo, coordenado pelos professores Ricardo Morishita Wada e Luci Oliveira, apontou que 82% dos brasileiros declaram que conhecem ou têm alguma familiaridade com os direitos do consumidor e 72% declaram conhecer o Código de Defesa do Consumidor.

Mas apesar disso, apenas 16% dos consumidores já consultaram o Código e 62% afirmaram que nunca ou raramente reclamam quando enfrentam problemas de consumo ou não ficam satisfeitos com um produto ou serviço adquirido.

Tabela 1. Com relação aos direitos do consumidor, o quanto o(a) Sr(a) diria que conhece esses direitos. O(a) Sr(a) diria que...

	Total	Sexo		Escolaridade			Renda		
		Mas	Fem	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta
Não conhece nada	18%	17%	18%	23%	15%	4%	22%	12%	
Conhece pouco	50%	51%	49%	50%	54%	37%	52%	48%	38%
Conhece razoavelmente bem	26%	26%	27%	23%	25%	45%	22%	32%	15%
Conhece muito bem	6%	5%	6%	4%	7%	15%	4%	8%	46%

Fonte: CIUS – O Brasileiro e o CDC (FGV Direito Rio)

Tabela 2. O(a) Sr(a) conhece ou já ouviu falar no código de defesa do consumidor?

	Total	Sexo		Escolaridade			Renda		
		Mas	Fem	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta
Sim	72%	72%	72%	63%	79%	93%	66%	80%	100%
Não	28%	28%	28%	37%	21%	7%	34%	20%	

Fonte: CIUS – O Brasileiro e o CDC (FGV Direito Rio)

Tabela 3. E o(a) Sr(a) já consultou o código de defesa do consumidor?

	Total	Sexo		Escolaridade			Renda		
		Mas	Fem	Baixa	Média	Alta	Baixa	Média	Alta
Sim	16%	17%	16%	10%	16%	33%	9%	21%	46%
Não	84%	83%	84%	90%	84%	67%	91%	79%	54%

Fonte: CIUS – O Brasileiro e o CDC (FGV Direito Rio)

Tabela 4. O quanto o(a) Sr(a) diria que costuma reclamar seus direitos quando enfrenta um problema ou não fica satisfeito com serviço ou produto adquirido?

	Total	Sexo		Escolaridade		
		Mas	Fem	Baixa	Média	Alta
Nunca reclama	31%	33%	28%	36%	26%	17%
Reclama algumas vezes	31%	31%	30%	29%	33%	31%
Reclama na maioria das vezes	17%	17%	17%	14%	20%	21%
Reclama sempre	21%	19%	23%	20%	20%	30%
Não sabe	1%	0%	1%	1%	0%	

Fonte: CJUS – O Brasileiro e o CDC (FGV Direito Rio)

Por que os brasileiros não reclamam?

Os principais argumentos apresentados para não reclamar os seus direitos foram que “não compensa”, na avaliação de 37% dos entrevistados, e que “demora muito”, segundo 31% deles.

Outro dado que chamou a atenção dos pesquisadores foi o fato de 8% afirmarem que não reclamam porque têm vergonha. A vergonha é mais alta entre as pessoas com escolaridade baixa: dentre os entrevistados com ensino fundamental incompleto, 10% declararam sentir vergonha de reclamar. O número cai para 4%, quando a análise é feita com o público de escolaridade alta, ou seja, com o superior completo.

O recorte de escolaridade também se destaca quando o critério avaliado é o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor. Entre os entrevistados com baixa escolaridade, 63% afirmaram que conhecem ou já ouviram falar no Código. Os números sobem para 79% e 93% entre aqueles com média e alta escolaridade, respectivamente. Também a consulta ao código é maior entre as pessoas com alta escolaridade – cerca de ensino 33% dos que têm superior completo afirmaram que já consultaram o Código, o número diminui para 16% e 10% entre aqueles com ensinos médio e fundamental, respectivamente.

Apesar de a população não reclamar, a maioria os brasileiros conhece organizações e instituições que podem procurar em caso de ter seu direito desrespeitado. O PROCON foi apontado por 64% das pessoas como órgão de orientação sobre esses direitos. Novamente, o índice é crescente conforme o grau de escolaridade. Cerca de 13% dos entrevistados mencionaram outras instituições de defesa dos direitos do consumidor, 8% citaram a defensoria pública, 8% o poder judiciário e 7% a polícia. Apenas 28% dos entrevistados não souberam citar uma instituição que possam procurar em caso de terem um direito desrespeitado.

A percepção dos consumidores: os melhores e os piores

Apesar de não reclamar, o consumidor valoriza as empresas que respeitam seus direitos. A pesquisa mostrou que abrir um canal de comunicação e investir no relacionamento com o consumidor vale a pena. Quando perguntados sobre que marcas protegem o direito do consumidor, os entrevistados responderam, em primeiro lugar, empresas de alimentos de bebidas, muitas delas líderes de mercado (16% das menções). E na sequência citaram o PROCON, com 7% das menções.

Já na parte das reclamações, empresas de serviços essenciais lideram, com 16% das menções - a pior avaliação dos consumidores. Na sequência aparecem empatados os setores de Telecomunicações e de varejo, com 7% de menções.

Perguntados se nos últimos 12 meses passaram por alguma situação em que sentiram que seus direitos de consumidor foram desrespeitados 26% dos entrevistados responderam afirmativamente. Os principais tipos de problemas relatados foram cobrança indevida (30%), produtos com defeitos (29%) e, em terceiro lugar, mau atendimento (12%). O resultado da pesquisa reforça, em linhas gerais, os dados do monitoramento realizado pelo Sistema de Informações de Defesa do Consumidor – SINDEC do Ministério da Justiça, que reúne as reclamações dos consumidores, feitas nos PROCONs de 24 estados brasileiros.

Para solucionar o problema, o primeiro passo escolhido por 62% dos entrevistados foi procurar a loja, o fabricante ou o prestador de serviços. Cerca de 11% foram direto ao PROCON, 7% foram ao Judiciário, 3% solucionaram de outras formas e 21% não fizeram nada a respeito e ficaram com o prejuízo.

Na pesquisa, 36% dos brasileiros declararam-se usuários de internet, ou seja, utilizam a web mais de uma vez por semana. Entre os consumidores on line, 9% declararam que utilizam a rede para reclamar seus direitos de consumidor, seja através de redes sociais, como Orkut ou Facebook, seja em sites especializados na defesa dos direitos do consumidor.

Os vinte anos do Código de Defesa do Consumidor

As duas décadas iniciais do Código de Defesa do Consumidor institucionalizaram a percepção dos direitos individuais, que evoluíram para a proteção da coletividade. Agora vivemos uma nova etapa, em que o acirramento da concorrência e o poder da comunicação estimulam os consumidores a exigirem mais respeito e efetividade na solução dos conflitos de consumo”, afirmam Ricardo Morishita e Luci Oliveira.

“A defesa do consumidor reflete o amadurecimento da democracia no Brasil, que cria direitos e cidadãos. O momento atual é uma janela de oportunidades, pois a reversão do quadro de insatisfação, por meio de respostas rápidas e efetivas, traz mais confiança e civilidade para as relações de consumo. Ganha o consumidor, a empresa e a sociedade”, diz Morishita.

Metodologia de pesquisa

A pesquisa foi realizada em fevereiro de 2011. Para a apuração dos dados quantitativos, foram entrevistadas 1.400 pessoas acima de 18 anos nas áreas urbanas de todas as regiões do país. A amostra seguiu o perfil da população brasileira, conforme os dados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD 2009). A margem de erro é de 2%. Também foram realizados quatro grupos de discussão focal com 40 consumidores nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo.

Perfil: Ricardo Morishita Wada

Professor da disciplina Direito do Consumidor, na FGV Direito Rio. Mestre em Direito pela Universidade de São Paulo-USP, foi diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – órgão da Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça (2003-2010) e presidente do Foro Ibero-americano de Agências de Governo de Proteção do Consumidor (2004-2005). Tem 22 anos de experiência na área de Direito do Consumidor.

Perfil: Luci Oliveira

Professora de Metodologia de Pesquisa e Coordenadora do Núcleo de Pesquisa do Centro de Justiça e Sociedade da FGV DIREITO RIO. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar), com doutorado sanduíche em Sociologia pela Northwestern University, em Chicago. Tem pós-doutorado em Ciência Política pela Universidade de São Paulo (USP) e especialização em Metodologia de Pesquisa pela University of Michigan.

FGV DIREITO RIO

A Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas – FGV DIREITO RIO foi criada em 2002. O programa acadêmico da graduação foi aprovado com grau máximo por todas as instâncias do MEC e da OAB. A instituição possui quatro centros de pesquisa: Centro de Tecnologia e Sociedade (CTS), Centro de Justiça e Sociedade (CJUS), Centro de Pesquisas em Direito e Economia (CPDE), e o Programa em Direito e Meio Ambiente (PDMA).

Mais informações para a imprensa

Comunicação da FGV Direito Rio

Aline Brandão – aline.brandao@fgv.br – Tel. 21. 9493-6423 / 21. 3799-5616