

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

CARLOS EDUARDO FIGUEIREDO BUENO

**A CONTRIBUIÇÃO DA OUVIDORIA COMO INSTRUMENTO DE APLICAÇÃO DO
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

SÃO PAULO

2023

CARLOS EDUARDO FIGUEIREDO BUENO

**A CONTRIBUIÇÃO DA OUVIDORIA COMO INSTRUMENTO DE APLICAÇÃO DO
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado para obtenção do título do
diploma no Curso de Direito da
Universidade Anhembi Morumbi – UAM.

Orientador(a): Prof. Dra. Monika de Barros
Padilha

SÃO PAULO

2023

CARLOS EDUARDO FIGUEIREDO BUENO

**A CONTRIBUIÇÃO DA OUVIDORIA COMO INSTRUMENTO DE APLICAÇÃO DO
CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – GRADUAÇÃO

São Paulo: ___/___/___

Nota: _____

BANCA EXAMINADORA:

Professor(a).
Universidade Anhembi Morumbi

Professor(a).
Universidade Anhembi Morumbi

Professor(a).
Universidade Anhembi Morumbi

“Dedico esse trabalho a Deus; sem ele eu não teria capacidade para desenvolver esse trabalho.”

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela segunda chance que ele me concedeu, e se não fosse a permissão dele hoje eu não estaria aqui, a minha esposa Juliana que esteve ao meu lado durante todo o curso e me deu forças para seguir mesmo diante das dificuldades encontradas.

Aos meus pais Waldir e Maria que nunca me deram nada de mão beijada, e que me permitiram que eu saísse de casa tão cedo, pois assim eu apreendi com os meus erros, pois quando eu cheguei ao fundo do poço eu consegui entender o significado da vida, e os propósitos de Deus.

Também agradeço ao Hiromi Yokoyama meu técnico de Tennis de Mesa, que tenho como Pai, pois foi ele que me ensinou a ser uma pessoa forte e determinada, e que o impossível é uma questão de opinião, pois somos capazes de alcançar o 1º lugar no pódio.

Agradeço ao Banco Santander S.A pela oportunidade e por acreditar no meu potencial, e a todos os meus colegas de trabalho que de alguma forma fizeram parte do meu sonho e compartilharam comigo experiências incríveis.

A minha orientadora Monika de Barros Padilha pela parceria durante esses 5 anos de curso, e por estar ao meu lado na reta final.

Por fim, reforço a gratidão pela Juliana que fez com que esse sonho fosse possível, foi você que sempre me encorajou, assumiu as responsabilidades da casa para não sobre cair as tarefas no meu dia a dia e impactar o meu desempenho no trabalho e faculdade.

O consumidor tem o direito à informação adequada sobre os produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem.

Código de Defesa do Consumidor

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Através de uma pesquisa exploratória de natureza bibliográfica, com abordagem qualitativa e método dedutivo, foram utilizados bancos de dados e fontes de dados relevantes para a coleta de informações. A problemática abordada envolve a importância das Ouvidorias na defesa dos direitos do consumidor e sua atuação na resolução de conflitos entre consumidores e fornecedores. As hipóteses primárias levantadas indicam que as Ouvidorias desempenham um papel fundamental na garantia da efetividade do Código de Defesa do Consumidor. As premissas secundárias enfatizam a necessidade de uma análise detalhada das práticas e experiências das Ouvidorias para identificar suas contribuições e propor melhorias. O objetivo geral deste estudo é investigar as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor, enquanto os objetivos específicos incluem a análise da metodologia, procedimentos metodológicos, tipo de pesquisa, abordagem, descritores, coleta de dados, critérios de inclusão e exclusão, análise dos dados, justificativa técnica e relevância social. Os resultados apontam o instituto da ouvidoria auxilia a fortalecer a proteção dos direitos do consumidor e promover uma relação mais equilibrada entre consumidores e fornecedores.

Palavras-chave: Ouvidoria, Código de Defesa do Consumidor, direitos do consumidor, resolução de conflitos, proteção ao consumidor.

ABSTRACT

his article aims to analyze the contributions of the Ombudsman's Office as an instrument for the realization of the Consumer Protection Code. Through an exploratory research of a bibliographic nature, with a qualitative approach and deductive method, relevant databases and data sources were used for information collection. The problem addressed involves the importance of Ombudsman's Offices in defending consumer rights and their role in resolving conflicts between consumers and suppliers. The primary hypotheses raised indicate that Ombudsman's Offices play a fundamental role in ensuring the effectiveness of the Consumer Protection Code. The secondary premises emphasize the need for a detailed analysis of the practices and experiences of Ombudsman's Offices to identify their contributions and propose improvements. The overall objective of this study is to investigate the contributions of the Ombudsman's Office as an instrument for the realization of the Consumer Protection Code, while the specific objectives include the analysis of methodology, methodological procedures, research type, approach, descriptors, data collection, inclusion and exclusion criteria, data analysis, technical justification, and social relevance. The expected results will provide valuable insights to strengthen consumer rights protection and promote a more balanced relationship between consumers and suppliers.

Keywords: Ombudsman's Office, Consumer Protection Code, consumer rights, conflict resolution, consumer protection.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Súmulas do STF e STJ no Direito do Consumidor	28
Quadro 02 – Principais direitos do consumidor	31
Quadro 03 - Órgãos de defesa do consumidor, leis que os regulamentam e função no direito do consumidor.	38
Quadro 04 - Modelos Institucionais de Ouvidoria no Brasil	53

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 SISTEMA NORMATIVO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	12
1.1 HISTÓRICO DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	12
1.2 CONCEITOS BÁSICOS E TERMINOLOGIA UTILIZADA	13
1.3 PRINCÍPIOS NORTEADORES DAS RELAÇÕES DE CONSUMO.....	14
1.4 ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO.....	16
1.5 COMPETÊNCIA PARA LEGISLAR.....	20
1.6 INSTRUMENTOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR	22
1.7 LEIS COMPLEMENTARES E REGULAMENTADORAS	24
1.8 COMPETÊNCIA PARA LEGISLAR SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR	25
2 DIREITOS E GARANTIAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR	29
2.1 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR	30
2.2 INSTRUMENTOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR	32
2.3 ENFOQUE EMPRESARIAL DO CONSUMO E PROTEÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR	39
3 PAPEL DA OUVIDORIA COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	46
3.1 CONTEXTUALIZANDO O INSTITUTO DA OUVIDORIA	46
3.2 CÓDIGO DE ÉTICA E DECÁLOGO DA PROFISSÃO DO OUVIDOR.....	50
3.3 OUVIDORIA NO BRASIL: EXPANSÃO E MODELOS INSTITUCIONAIS.....	52
3.4 IMPORTÂNCIAS DA OUVIDORIA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	55
CONCLUSÃO	64
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

INTRODUÇÃO

A Ouvidoria desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos consumidores, agindo como um canal de comunicação entre estes e as empresas fornecedoras de produtos e serviços. Ao analisar o papel da Ouvidoria, buscamos compreender como ela pode contribuir para a efetiva aplicação das normas estabelecidas no Código de Defesa do Consumidor, fortalecendo a relação entre consumidores e fornecedores.

A temática central deste artigo é a análise das contribuições proporcionadas pela Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. O estudo visa examinar como a atuação da Ouvidoria pode influenciar na efetiva aplicação das normas de proteção ao consumidor, considerando os mecanismos disponíveis para garantir o cumprimento dos direitos estabelecidos no referido código.

O tema abordado neste artigo é a análise das contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Serão exploradas as ações desempenhadas pela Ouvidoria e sua relevância na promoção da defesa dos direitos do consumidor, com o intuito de compreender como esse órgão pode impactar positivamente o cumprimento das normas de proteção ao consumidor.

Dentro desse contexto, a problematização consiste em refletir sobre os desafios e obstáculos enfrentados pela Ouvidoria na sua atuação como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Busca-se compreender de que forma a Ouvidoria pode enfrentar eventuais limitações e superar obstáculos para garantir a efetiva aplicação das normas de proteção ao consumidor estabelecidas no código.

A problemática a ser discutida neste artigo está relacionada à análise das limitações e desafios enfrentados pela Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Pretende-se investigar quais são as dificuldades encontradas pela Ouvidoria na sua atuação e como esses desafios podem impactar a efetividade na proteção dos direitos dos consumidores.

Diante dessa problemática, o problema central deste artigo consiste em investigar de que forma as limitações e desafios enfrentados pela Ouvidoria podem

afetar sua efetividade como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Busca-se compreender como as dificuldades enfrentadas podem impactar a garantia dos direitos dos consumidores e propor possíveis soluções para superar esses obstáculos.

A questão problema que orientará esta pesquisa é: quais são os principais desafios enfrentados pela Ouvidoria na sua atuação como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor e como essas limitações podem ser superadas para garantir a proteção efetiva dos direitos dos consumidores?

Uma hipótese primária é que a Ouvidoria desempenhou um papel relevante na efetiva aplicação do Código de Defesa do Consumidor, promovendo a proteção dos direitos dos consumidores e contribuindo para a resolução de conflitos. Uma premissa secundária é que a Ouvidoria funcionou como um canal de comunicação entre consumidores e fornecedores, permitindo o registro e encaminhamento de reclamações, denúncias e sugestões. Outra premissa secundária é que a Ouvidoria atuou como mediadora na resolução de conflitos, promovendo a conciliação entre as partes envolvidas e buscando soluções satisfatórias para os consumidores.

O objetivo geral deste estudo é analisar as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor, a fim de compreender sua eficácia na proteção dos direitos dos consumidores e no fortalecimento das relações de consumo.

Objetivos específicos: identificar as principais atribuições e responsabilidades da Ouvidoria no contexto da aplicação do Código de Defesa do Consumidor; compreender os mecanismos e procedimentos adotados pela Ouvidoria para o recebimento, registro e encaminhamento de demandas dos consumidores; e, por fim, avaliar o impacto da atuação da Ouvidoria na resolução de conflitos entre consumidores e fornecedores, considerando a satisfação dos consumidores e a conformidade com as normas do Código de Defesa do Consumidor.

A metodologia adotada neste estudo foi uma pesquisa exploratória de natureza bibliográfica. Os procedimentos metodológicos consistiram na busca e seleção de fontes de dados pertinentes ao tema, utilizando descritores relacionados à Ouvidoria, Código de Defesa do Consumidor e contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização. Foram estabelecidos critérios de inclusão para

selecionar os estudos mais relevantes e atualizados. Foram aplicados critérios de exclusão para eliminar estudos que não atendiam aos objetivos do presente artigo.

Os descritores utilizados na busca de literatura incluíram termos como "Ouvidoria", "Código de Defesa do Consumidor", "concretização", "contribuições", entre outros, de acordo com a relevância para o tema em estudo. A coleta de dados foi realizada por meio da seleção e análise crítica de fontes bibliográficas, incluindo artigos científicos, livros e documentos relacionados ao tema.

Foram estabelecidos critérios de inclusão para selecionar os estudos mais relevantes e atuais, considerando sua relação direta com as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Foram aplicados critérios de exclusão para eliminar estudos que não atendiam aos objetivos do presente artigo, como estudos que abordavam outros aspectos não relacionados às contribuições da Ouvidoria.

A abordagem adotada neste estudo foi qualitativa, buscando compreender e interpretar os dados e informações obtidos por meio da revisão bibliográfica. Os dados coletados foram analisados por meio de uma abordagem dedutiva, buscando identificar padrões, tendências e relações entre as informações encontradas na literatura consultada.

A justificativa técnica deste estudo está fundamentada na necessidade de aprofundar o conhecimento sobre as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Através dessa análise, é possível compreender melhor o papel desempenhado pelas Ouvidorias no contexto da proteção dos direitos do consumidor e na busca por uma relação mais equilibrada entre consumidores e fornecedores de produtos e serviços. Além disso, ao examinar as práticas e experiências das Ouvidorias, é possível identificar boas práticas e propor melhorias que contribuam para fortalecer a efetividade do Código de Defesa do Consumidor.

A relevância social deste estudo reside na importância de promover a defesa dos direitos do consumidor e garantir a efetividade do Código de Defesa do Consumidor. O consumidor é uma parte vulnerável na relação de consumo, e as Ouvidorias desempenham um papel crucial na proteção desses direitos, proporcionando um canal de comunicação e solução de conflitos entre consumidores

e fornecedores. Ao analisar as contribuições das Ouvidorias, é possível fortalecer o diálogo e a participação dos consumidores, promovendo a transparência, a qualidade dos serviços e a responsabilidade das empresas. Dessa forma, o estudo contribui para uma sociedade mais justa, equilibrada e consciente de seus direitos e deveres como consumidores.

1 SISTEMA NORMATIVO DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

1.1 HISTÓRICO DA PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

A proteção do consumidor é um tema que vem sendo estudado e discutido ao longo da história da humanidade, tendo ganhado maior visibilidade a partir do século XX. Anteriormente, a relação entre fornecedores e consumidores não era regulamentada e, conseqüentemente, não existia um mecanismo que pudesse proteger os interesses e direitos do consumidor. Nesse sentido, a lei brasileira de proteção do consumidor, também conhecida como o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é considerada uma das mais avançadas do mundo. Segundo Batista Junior (2004), o CDC é uma das leis mais modernas e avançadas na defesa do consumidor, estabelecendo regras e princípios claros que norteiam as relações de consumo no país.

A história da proteção do consumidor no Brasil tem como marco inicial a promulgação do Código Civil de 1916, que tinha como objetivo proteger apenas os fornecedores e não contemplava os direitos dos consumidores. Com o passar dos anos, houve uma crescente preocupação com a proteção dos direitos dos consumidores, o que culminou na promulgação do CDC em 1990. O CDC trouxe inovações que ajudaram a equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores, como a responsabilização objetiva do fornecedor, a inversão do ônus da prova e a possibilidade de desistência da compra (Brasil, 2002).

A partir da década de 1990, com o aumento do comércio eletrônico e a popularização da internet, novas questões surgiram em relação à proteção do consumidor. Nesse contexto, o Código de Defesa do Consumidor passou a ser aplicado também às relações de consumo realizadas pela internet. Segundo Lorenzetti (2020), as normas do CDC são aplicáveis a todas as relações de consumo,

inclusive as realizadas por meio da internet. Martins (2020) acrescenta que os contratos eletrônicos celebrados via internet possuem a mesma validade que os contratos celebrados de forma presencial.

Além disso, com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, as instituições financeiras passaram a oferecer serviços bancários pela internet, o que também demandou uma regulamentação específica para a proteção do consumidor. Segundo Pinheiro (2023), as atividades bancárias realizadas pela internet são regulamentadas pela Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, que estabelece regras para a proteção de dados pessoais dos clientes. A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, promulgada em 2018, estabelece que as empresas devem obter o consentimento do titular dos dados antes de coletá-los e tratá-los, além de prever sanções em caso de descumprimento (Brasil, 2018).

A proteção do consumidor é um tema em constante evolução, que demanda atualização constante das leis e regulamentações. Conforme destaca Miragem (2012), a proteção do consumidor é um tema dinâmico, que acompanha as mudanças sociais e tecnológicas da sociedade

1.2 CONCEITOS BÁSICOS E TERMINOLOGIA UTILIZADA

O Direito do Consumidor é o ramo do Direito que trata das relações entre fornecedores e consumidores. O CDC, instituído pela Lei nº 8.078/90, é a principal fonte de normas nesse campo e tem como objetivo proteger e defender os interesses do consumidor. (BRASIL, 1990). De acordo com Grinover et al. (2017), o CDC busca equilibrar a relação entre fornecedores e consumidores, fornecendo a estes últimos um conjunto de direitos e garantias, tais como a proteção da vida, saúde e segurança, a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços, a proteção contra práticas abusivas e a garantia de efetiva reparação pelos danos causados pelos produtos e serviços.

Segundo Bonzan (2017), o Direito do Consumidor é um ramo relativamente novo do Direito e surgiu no final da década de 1960, nos Estados Unidos e na Europa, em resposta à necessidade de proteger o consumidor frente às práticas comerciais abusivas das grandes empresas. Já no Brasil, o CDC foi instituído em 1990, após

intensa mobilização da sociedade civil e com o objetivo de regulamentar as relações de consumo no país. (BONZAN, 2017).

Nos últimos anos, com o avanço da tecnologia, as relações de consumo passaram a ocorrer cada vez mais no ambiente virtual. Segundo Pinheiro (2023), o comércio eletrônico tem crescido em ritmo acelerado no Brasil e, atualmente, representa uma fatia significativa das vendas do varejo no país. Diante disso, torna-se cada vez mais importante discutir as implicações do Direito do Consumidor no ambiente digital.

Nesse sentido, Lorenzetti (2020) afirma que o comércio eletrônico apresenta alguns desafios em relação ao Direito do Consumidor, tais como a questão da identificação do fornecedor, a segurança nas transações e a proteção dos dados pessoais dos consumidores. No Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), instituída pela Lei nº 13.709/2018, estabelece normas para o tratamento de dados pessoais pelas empresas e busca garantir a privacidade e a proteção dos dados pessoais dos consumidores. (BRASIL, 2018).

Além disso, Martins (2020) destaca a importância de se discutir as formas de contratação no ambiente virtual e a necessidade de se garantir a validade dos contratos eletrônicos. De acordo com o autor, é preciso que o consumidor esteja plenamente informado sobre as condições de contratação e que a manifestação de sua vontade seja livre e esclarecida.

O Direito do Consumidor é um ramo do Direito em constante evolução e que está em permanente diálogo com outros ramos do Direito, como o Direito Civil, o Direito Empresarial e o Direito Digital. Cada vez mais, torna-se necessário discutir e aprimorar as normas de proteção ao consumidor, buscando garantir um ambiente seguro e justo para as relações de consumo.

1.3 PRINCÍPIOS NORTEADORES DAS RELAÇÕES DE CONSUMO

Os princípios norteadores das relações de consumo são um conjunto de diretrizes que têm como objetivo garantir que os consumidores sejam protegidos de possíveis abusos e práticas comerciais desleais. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) é a principal legislação que trata do tema no Brasil e estabelece diversos princípios que devem ser seguidos pelos fornecedores de produtos e serviços.

Um dos princípios fundamentais do CDC é o da vulnerabilidade do consumidor, que reconhece a posição de desvantagem em que o consumidor se encontra em relação ao fornecedor de produtos e serviços. Segundo Bonzan (2017), a vulnerabilidade do consumidor decorre da sua falta de conhecimento técnico sobre os produtos e serviços oferecidos, bem como da sua incapacidade de negociar com o fornecedor em igualdade de condições. Dessa forma, o princípio da vulnerabilidade visa proteger o consumidor de práticas abusivas e garantir a sua segurança e integridade física e psicológica.

Outro princípio importante é o da transparência, que exige que as informações fornecidas pelos fornecedores sejam claras e precisas. De acordo com Leite (2002), o princípio da transparência tem como objetivo garantir que o consumidor possa tomar decisões informadas sobre a compra de produtos e serviços, evitando assim a ocorrência de práticas comerciais enganosas ou fraudulentas. Além disso, a transparência é um elemento fundamental para o exercício da liberdade de escolha do consumidor.

O princípio da boa-fé objetiva é outro importante direcionador das relações de consumo. Conforme Cavaliere Filho (2019), a boa-fé objetiva implica em um comportamento ético e leal por parte dos fornecedores, que devem agir de forma honesta e transparente na comercialização de produtos e serviços. Dessa forma, o princípio da boa-fé objetiva busca evitar que os fornecedores se aproveitem da vulnerabilidade do consumidor ou pratiquem atos contrários à moral e à ética.

A proteção contratual é um princípio que visa assegurar que os contratos firmados entre fornecedores e consumidores sejam equilibrados e justos. Segundo Miragem (2012), o princípio da proteção contratual implica em uma revisão constante dos termos e condições dos contratos de consumo, de forma a garantir que eles não contenham cláusulas abusivas ou ilegais. Além disso, a proteção contratual também tem como objetivo garantir que o consumidor esteja ciente de todos os direitos e deveres previstos no contrato.

Logo, os princípios norteadores das relações de consumo são fundamentais para garantir que os consumidores sejam protegidos de práticas comerciais abusivas e ilegais. A vulnerabilidade do consumidor, a transparência, a boa-fé objetiva e a proteção contratual são alguns dos princípios mais importantes que devem ser

observados pelos fornecedores de produtos e serviços. Esses princípios têm como objetivo garantir que as relações de consumo sejam pautadas pela ética, transparência e justiça, contribuindo para o fortalecimento do mercado e para o bem-estar dos sujeitos.

1.4 ELEMENTOS DA RELAÇÃO DE CONSUMO

Os sujeitos da relação de consumo são as pessoas físicas ou jurídicas que participam do mercado de consumo, seja como fornecedor ou como consumidor. O CDC define o consumidor como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final (BRASIL, 1990). Já o fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (BRASIL, 1990).

Os fornecedores, por sua vez, podem ser classificados em dois tipos: os fornecedores de produtos e os fornecedores de serviços. Os fornecedores de produtos são aqueles que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção ou transformação de bens móveis ou imóveis. Já os fornecedores de serviços são aqueles que prestam serviços mediante remuneração (BONZAN, 2017).

De acordo com a Lei nº 13.709/2018, conhecida como Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), é importante destacar que os titulares dos dados também são considerados sujeitos da relação de consumo, pois são eles que fornecem seus dados pessoais aos fornecedores de produtos ou serviços, muitas vezes sem saber como esses dados serão tratados (BRASIL, 2018).

A relação de consumo é regulada pelo CDC, que tem como objetivo garantir a proteção e defesa dos consumidores. Segundo Filomeno (2018), o CDC é considerado um dos mais avançados e completos instrumentos de proteção ao consumidor do mundo. Ele estabelece uma série de direitos aos consumidores, tais como o direito à informação clara e adequada, o direito à segurança, o direito à reparação de danos, o direito à prevenção e reparação de danos morais, dentre outros.

Os fornecedores, por sua vez, também possuem direitos e deveres na relação de consumo. Eles têm o direito de exigir o pagamento pelos produtos ou serviços oferecidos, bem como de se defender em caso de reclamações de consumidores. Por outro lado, têm o dever de oferecer produtos e serviços com qualidade e segurança, além de prestar informações claras e precisas sobre eles (CROCCO, 2006).

É importante destacar que a relação de consumo não se limita apenas às relações de compra e venda de produtos ou prestação de serviços. Ela também abrange as relações entre o consumidor e o fornecedor no que diz respeito à publicidade, propaganda e práticas comerciais (LEITE, 2002).

A relação de consumo é dinâmica e se adapta às mudanças do mercado. Com o crescimento do comércio eletrônico, por exemplo, surgem novas formas de relação de consumo e novos desafios para a proteção do consumidor. De acordo com Pinheiro (2023), as tecnologias da informação e comunicação têm transformado o mercado financeiro, exigindo dos bancos adaptações e inovações

A relação de consumo se estabelece a partir da interação entre o consumidor e o fornecedor, na qual o primeiro adquire um produto ou serviço do segundo. Segundo a Lei nº 8.078/1990, relação é assimétrica, já que o consumidor é considerado a parte vulnerável, enquanto o fornecedor é a parte mais forte na relação (BRASIL, 1990). Dessa forma, o CDC estabelece normas de proteção ao consumidor, com o objetivo de equilibrar essa relação e garantir que o fornecedor cumpra com suas obrigações. Segundo Nunes (2017), o Código de Defesa do Consumidor é a principal norma que regula as relações de consumo no Brasil.

A proteção ao consumidor é garantida por meio de diversos elementos, dentre eles a informação adequada e clara sobre os produtos e serviços oferecidos (BRASIL, 1990). O fornecedor tem a obrigação de fornecer todas as informações necessárias para que o consumidor possa fazer uma escolha consciente e adequada. Conforme leciona Martins (2020), o fornecedor deve fornecer todas as informações relevantes sobre o produto ou serviço, tais como características, preço, garantia, prazo de entrega, entre outras.

Outro elemento importante na relação de consumo é a proteção contra práticas abusivas, como a publicidade enganosa ou abusiva (BRASIL, 1990). A publicidade é uma ferramenta importante para o fornecedor, mas deve ser utilizada

de forma ética e responsável, de modo a não enganar ou prejudicar o consumidor. Segundo Grinover et al. (2017), a publicidade enganosa é aquela que contém informações falsas ou que pode induzir o consumidor a erro, enquanto a publicidade abusiva é aquela que utiliza de formas agressivas ou desrespeitosas para convencer o consumidor a adquirir o produto ou serviço.

A segurança do consumidor também é um elemento importante na relação de consumo, garantida por meio de diversas normas e regulamentações, como o Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) (BRASIL, 1990; BRASIL, 2018). A segurança pode ser física, com a garantia de que o produto ou serviço não apresentará riscos à saúde ou integridade física do consumidor, ou virtual, com a garantia da proteção dos dados pessoais do consumidor. Conforme destaca Lorenzetti (2020), com o crescimento do comércio eletrônico, a segurança virtual tem se tornado cada vez mais importante na relação de consumo, já que o consumidor precisa fornecer seus dados pessoais para realizar transações online.

A proteção contratual é outro elemento importante na relação de consumo. Segundo Bonzan (2017), o contrato de consumo é um instrumento que formaliza a relação entre o fornecedor e o consumidor, estabelecendo as obrigações e responsabilidades de ambas as partes. O contrato deve ser claro e objetivo, evitando cláusulas abusivas ou que prejudiquem o consumidor

Percebe-se que o conceito de fornecedor no direito do consumidor é um tema relevante, já que a responsabilidade pelo fornecimento de produtos e serviços com qualidade e segurança é uma obrigação dos fornecedores, sejam eles pessoa jurídica, pessoa física ou ente despersonalizado.

Segundo Bonzan (2017), a pessoa jurídica é um conjunto de pessoas que se unem para formar uma empresa e realizar atividades econômicas. O fornecedor pessoa jurídica, portanto, é aquele que oferece produtos e serviços no mercado por meio de uma pessoa jurídica, podendo ser uma sociedade limitada, uma sociedade anônima, uma cooperativa, entre outras formas jurídicas. O CDC define o fornecedor como toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados (Brasil, 1990, art. 3º, caput).

Por sua vez, a pessoa física é uma pessoa natural, ou seja, um indivíduo que possui personalidade jurídica e direitos e deveres na sociedade. Martins (2020) destaca que a pessoa física pode ser considerada fornecedora no âmbito do direito do consumidor quando oferece produtos ou serviços de forma habitual, ou seja, como uma atividade econômica. Nesse sentido, é importante ressaltar que a atividade habitual é um dos requisitos para que se caracterize a figura do fornecedor, conforme prevê o CDC em seu art. 3º, §2º.

Já o ente despersonalizado é uma figura jurídica que não possui personalidade jurídica, como os condomínios, as massas falidas, as heranças, entre outros. De acordo com Filomeno (2018), o ente despersonalizado é considerado fornecedor no direito do consumidor, pois realiza atividades econômicas e pode causar danos aos consumidores. Assim, é importante que esses entes estejam sujeitos às normas de proteção do consumidor previstas no CDC, já que a finalidade da legislação consumerista é justamente proteger o consumidor de práticas abusivas por parte dos fornecedores.

O conceito de fornecedor no direito do consumidor abrange não apenas as pessoas jurídicas, mas também as pessoas físicas e os entes despersonalizados que realizam atividades econômicas. A figura do fornecedor é fundamental para a proteção do consumidor, uma vez que é ele quem oferece produtos e serviços no mercado, assumindo a responsabilidade pela qualidade e segurança desses produtos e serviços.

Por sua vez, a distinção entre consumidor e destinatário final de um produto ou serviço é fundamental no direito do consumidor, pois é a partir dela que se definem as relações jurídicas estabelecidas entre as partes envolvidas em uma transação comercial. De acordo com a legislação brasileira, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final (BRASIL, 1990). Assim, para que se considere alguém como consumidor, é preciso que o produto ou serviço adquirido não seja utilizado para produção de outros bens ou serviços, ou seja, que ele seja destinado ao consumo próprio.

Segundo Bonzan (2017), essa definição é importante para que se possa aplicar o CDC às relações comerciais estabelecidas entre as partes. O autor ressalta que o CDC não se aplica às relações comerciais estabelecidas entre empresas ou

aquisições de produtos ou serviços para a produção de outros bens e serviços, uma vez que essas não configuram relação de consumo.

No caso específico de pessoa jurídica de direito público ou privado como destinatário final, a jurisprudência brasileira tem entendido que, para fins de proteção do consumidor, é necessário analisar cada caso concreto para verificar se o bem ou serviço adquirido se destina a consumo próprio ou se será utilizado na produção de outros bens e serviços (CROCCO, 2006). De acordo com Leite (2002), é comum que as empresas adquiram produtos ou serviços para uso próprio, seja para as suas atividades-fim ou para as atividades-meio, como a aquisição de equipamentos e materiais de escritório.

No entanto, caso o produto ou serviço adquirido pela pessoa jurídica se destine à revenda, ou seja, não se configure como consumo próprio, não se aplica o CDC à relação comercial estabelecida entre as partes (FILOMENO, 2018). Nesse sentido, Nunes (2017) afirma que a distinção entre consumidor e destinatário final deve ser feita com base no uso efetivo do bem ou serviço adquirido, e não na qualidade da pessoa que adquire.

A definição de consumidor como destinatário final de um produto ou serviço tem como objetivo proteger o vulnerável na relação de consumo, ou seja, aquele que está em desvantagem técnica, jurídica ou econômica em relação ao fornecedor (GIANCOLI, 2013). A partir da distinção entre consumidor e destinatário final, é possível aplicar as normas de proteção previstas no CDC às relações comerciais estabelecidas entre as partes, garantindo assim a proteção dos direitos do consumidor.

1.5 COMPETÊNCIA PARA LEGISLAR

O Direito do Consumidor é uma área do direito que se desenvolveu principalmente a partir da segunda metade do século XX, com a necessidade de proteger os consumidores das práticas abusivas e desleais das empresas que atuavam no mercado. Bonzan (2017) define o Direito do Consumidor como um conjunto de normas que visa à proteção e defesa do consumidor, regulando as relações entre consumidores e fornecedores de bens e serviços.

Cavaliere Filho (2019) destaca que o conceito de consumidor é fundamental para o Direito do Consumidor, pois é a partir dele que se definem as relações de consumo e se estabelecem as obrigações e responsabilidades das partes envolvidas. Segundo a definição legal prevista no artigo 2º da Lei 8.078/90, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final.

Filomeno (2018) enfatiza que o Direito do Consumidor não se limita apenas às relações entre consumidores e fornecedores, mas também abrange a defesa dos interesses coletivos e difusos dos consumidores. Nesse sentido, CDC prevê a possibilidade de ações coletivas para a proteção dos interesses dos consumidores, visando à reparação de danos causados por práticas abusivas e desleais das empresas que atuam no mercado.

Lorenzetti (2020) destaca que o comércio eletrônico é uma das áreas que mais têm crescido no mercado de consumo, o que tem levado a uma necessidade de adaptação do Direito do Consumidor às novas práticas comerciais. Martins (2020) ressalta que os contratos eletrônicos de consumo via internet são uma das principais formas de relação de consumo no comércio eletrônico e que, por isso, é necessário que o Direito do Consumidor regule essas relações, garantindo a proteção dos consumidores.

Reinaldo Filho (2005; 2008) alerta para os perigos do uso indevido da tecnologia na relação de consumo, como é o caso do phishing, uma modalidade de fraude eletrônica que tem como objetivo obter informações pessoais e financeiras dos consumidores. O autor destaca que as empresas e os bancos devem assumir a responsabilidade pelos prejuízos causados aos consumidores em decorrência dessas fraudes.

O Direito do Consumidor é uma área em constante evolução, que busca acompanhar as transformações do mercado de consumo e garantir a proteção dos direitos dos consumidores. Como ressalta Silva Neto (2013), a proteção do consumidor é um direito fundamental, que deve ser assegurado pelo Estado e por aqueles que estão diretamente inseridos no mercado.

1.6 INSTRUMENTOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Os instrumentos de defesa do consumidor são importantes para a garantia dos direitos do consumidor e para a proteção de sua vulnerabilidade nas relações de consumo. Segundo Bonzan (2017), o CDC é o principal instrumento de proteção do consumidor no Brasil. O CDC é uma lei que estabelece direitos e deveres nas relações de consumo, e tem como objetivo proteger o consumidor contra práticas comerciais abusivas e ações que possam prejudicá-lo de alguma forma.

Além do CDC, existem outros instrumentos de defesa do consumidor que podem ser utilizados para garantir os seus direitos. Um exemplo disso são os Procons, que são órgãos públicos responsáveis por receber reclamações dos consumidores e intermediar soluções entre os consumidores e as empresas. De acordo com Filomeno (2018), os Procons são responsáveis pela fiscalização das relações de consumo, aplicando as sanções previstas em lei, além de orientar e educar os consumidores sobre seus direitos.

Outro instrumento importante na defesa do consumidor são as ações coletivas, também conhecidas como ações civis públicas. Segundo Requião (2012), as ações coletivas são uma importante ferramenta para garantir a defesa dos direitos dos consumidores, já que permitem que um grande número de pessoas seja beneficiadas com a decisão judicial. As ações coletivas podem ser propostas por órgãos públicos, como o Ministério Público, ou por associações de consumidores.

No contexto do comércio eletrônico, a proteção ao consumidor também é importante, uma vez que os riscos podem ser maiores devido à facilidade de acesso à internet e às compras online. Nesse sentido, Martins (2020) destaca que a assinatura digital e a criptografia são instrumentos importantes para garantir a segurança nas transações eletrônicas.

A informação é um instrumento fundamental na defesa do consumidor. Conforme Crocco (2006), o consumidor tem o direito de receber informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços que adquire. A transparência nas relações de consumo permite que o consumidor faça escolhas conscientes e evita que ele seja enganado por informações falsas ou incompletas.

Diante disso, fica evidente que os instrumentos de defesa do consumidor são fundamentais para garantir a proteção dos direitos dos consumidores nas relações de

consumo. A existência desses instrumentos permite a redução das práticas comerciais abusivas, contribui para a educação e orientação dos consumidores, e fortalece a confiança nas relações comerciais.

O CDC é uma lei brasileira que entrou em vigor em 11 de março de 1991 e tem como objetivo a proteção dos direitos dos consumidores e o equilíbrio das relações de consumo. O CDC tem grande importância na defesa dos consumidores, pois estabelece normas e regras que garantem que as relações de consumo sejam justas e equilibradas. Segundo Bonzan (2017), o CDC é uma lei que busca assegurar a proteção do consumidor e a harmonização das relações de consumo, estabelecendo normas de conduta e regulando as relações entre fornecedores e consumidores.

O CDC estabelece diversos direitos aos consumidores, dentre eles o direito à informação clara e adequada sobre os produtos e serviços ofertados, o direito de escolha entre produtos e serviços equivalentes, o direito à proteção contra publicidade enganosa ou abusiva, o direito de acesso aos órgãos de defesa do consumidor, e o direito à reparação de danos causados por produtos e serviços defeituosos (FILOMENO, 2018). Segundo Silva Neto (2013), o CDC trouxe mudanças significativas nas relações de consumo, trazendo equilíbrio e harmonia entre consumidores e fornecedores.

O CDC também estabelece obrigações aos fornecedores, dentre elas a obrigação de fornecer produtos e serviços que atendam às expectativas do consumidor, a obrigação de informar claramente sobre as características e riscos dos produtos e serviços ofertados, a obrigação de prestar serviços com qualidade e eficiência, e a obrigação de reparar danos causados por produtos e serviços defeituosos (CAVALIERI FILHO, 2019). Para Crocco (2006), o CDC reforça a necessidade de se respeitar a dignidade do consumidor, estabelecendo a obrigatoriedade de que as informações prestadas sejam claras, precisas e ostensivas.

Além disso, o CDC estabelece a responsabilidade objetiva dos fornecedores pelos danos causados aos consumidores, independentemente de culpa, nos termos do seu art. 14 (DEL MASSO, 2016). Segundo Grinover et al. (2017), a responsabilidade objetiva é a base da proteção do consumidor, pois permite que o consumidor possa ser indenizado pelos danos sofridos, sem precisar comprovar a culpa do fornecedor.

O CDC é uma lei que se adapta às mudanças sociais e tecnológicas, como o comércio eletrônico e as transações financeiras online. Segundo Lorenzetti (2020), o CDC é uma lei dinâmica que se atualiza constantemente para garantir a proteção dos direitos do consumidor em novos cenários, como o comércio eletrônico. Nesse sentido, as novas tecnologias da informação e comunicação têm desafiado os limites do CDC e exigido sua atualização, como a proteção de dados pessoais no setor financeiro.

1.7 LEIS COMPLEMENTARES E REGULAMENTADORAS

Leis complementares e regulamentadoras são importantes instrumentos utilizados pelo Estado para estabelecer normas, regulamentos e procedimentos que visam à organização, estruturação e regulamentação de diversas áreas. Essas leis têm como objetivo estabelecer normas complementares, ou seja, regras que complementam o conteúdo da lei principal e regulamentar uma determinada área ou setor.

Segundo Bonzan (2017), as leis complementares são aquelas que têm a finalidade de complementar as leis principais, sem que haja conflitos entre elas. Por sua vez, as leis regulamentadoras são aquelas que têm por objetivo regulamentar uma determinada área, detalhando e especificando as disposições contidas nas leis principais.

Para Cavaleiri Filho (2019), a existência de leis complementares e regulamentadoras é importante para garantir a efetividade e aplicação correta das leis principais, uma vez que elas são responsáveis por detalhar e especificar as normas principais, tornando-as mais claras e compreensíveis.

De acordo com Filomeno (2018), as leis complementares e regulamentadoras são comuns em diversas áreas, como o Direito do Consumidor. No caso CDC, existem diversas leis complementares e regulamentadoras que têm como objetivo esclarecer e complementar as disposições do CDC, tornando as normas mais efetivas e claras.

Além disso, as leis complementares e regulamentadoras são importantes para que a aplicação das leis principais ocorra de forma uniforme e adequada, garantindo a igualdade de tratamento a todos os envolvidos em uma determinada área. Conforme destacado por Leite (2002), essas leis também contribuem para o aprimoramento das

normas, uma vez que permitem a revisão e atualização das leis principais, a fim de adequá-las às novas demandas e realidades.

No entanto, é importante destacar que a elaboração e aplicação dessas leis devem ocorrer de forma cuidadosa, a fim de evitar a criação de normas excessivamente burocráticas ou que possam gerar conflitos com outras leis. Conforme ressaltado por Del Masso (2016), a aplicação inadequada das leis complementares e regulamentadoras pode resultar em insegurança jurídica e desestabilização de determinadas áreas ou setores.

Diante disso, pode-se concluir que as leis complementares e regulamentadoras são instrumentos fundamentais para a organização e regulamentação de diversas áreas. Elas têm como objetivo complementar e regulamentar as leis principais, tornando as normas mais claras e efetivas. Contudo, a elaboração e aplicação dessas leis devem ocorrer de forma cuidadosa e criteriosa, a fim de evitar conflitos e garantir a efetividade das normas.

1.8 COMPETÊNCIA PARA LEGISLAR SOBRE A PROTEÇÃO DO CONSUMIDOR

O conceito de consumidor é de extrema importância para o Direito do Consumidor, que visa proteger as pessoas que estão no papel de destinatários finais dos produtos e serviços. Conforme define o CDC, consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produtos ou serviços como destinatário final (BRASIL, 1990).

O conceito de consumidor também é importante para a economia, já que as empresas precisam saber quem é o seu público-alvo para desenvolver e comercializar produtos e serviços adequados às necessidades e expectativas dos consumidores. Além disso, o conhecimento sobre o perfil e o comportamento dos consumidores pode auxiliar as empresas a tomar decisões estratégicas de marketing (CROCCO, 2006).

A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) estabelece que o tratamento de dados pessoais deve ser realizado de forma transparente e com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade, privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade do consumidor (BRASIL, 2018). O uso indevido de dados pessoais de consumidores pode gerar danos morais e materiais aos mesmos,

e, portanto, é imprescindível a proteção desses dados para garantir a segurança e a privacidade dos consumidores (DEL MASSO, 2016).

Outro aspecto importante relacionado ao conceito de consumidor é a sua proteção contra práticas abusivas e enganosas por parte dos fornecedores. O CDC estabelece que toda informação ou comunicação publicitária que se refira a produtos e serviços deve ser precisa e clara, de modo a não induzir o consumidor a erro (BRASIL, 1990). Além disso, o consumidor tem o direito de exigir a reparação por danos causados por práticas comerciais abusivas ou enganosas, bem como de ser informado claramente sobre a natureza do produto ou serviço, suas características, qualidade, quantidade, preço, garantia, prazos de validade, entre outros (FILOMENO, 2018).

No comércio eletrônico, a figura do consumidor ganha ainda mais importância, uma vez que as transações comerciais ocorrem de forma virtual e muitas vezes sem contato físico com o fornecedor. Nesse contexto, é essencial que o consumidor esteja ciente dos seus direitos e que os fornecedores respeitem as normas legais, especialmente no que se refere à proteção de dados pessoais e à transparência nas informações prestadas ao consumidor (LORENZETTI, 2020).

Portanto, o conceito de consumidor é essencial para o Direito do Consumidor e para a economia como um todo. O consumidor é o destinatário final dos produtos e serviços, e como tal, deve ser protegido contra práticas abusivas e enganosas por parte dos fornecedores. É necessário que as empresas conheçam o perfil e o comportamento dos consumidores para desenvolver produtos e serviços adequados às suas necessidades e expectativas. Além disso, no comércio eletrônico, a proteção dos dados pessoais dos consumidores é fundamental para garantir a segurança e a privacidade dos mesmos.

Percebe-se que o direito do consumidor é um ramo do direito que surgiu no final do século XX e que tem como objetivo a proteção do consumidor nas relações de consumo. A competência para legislar sobre a proteção do consumidor no Brasil é exclusiva da União, de acordo com o artigo 24, inciso V, da Constituição Federal da República Brasileira de 1988 (CFRB/88).

O CDC estabelece direitos básicos do consumidor, como o direito à informação, à proteção contra publicidade enganosa, à segurança e à reparação de

danos causados por produtos ou serviços defeituosos (FILOMENO, 2018). Trata-se de uma lei federal, mas os Estados e Municípios também podem legislar sobre a proteção do consumidor desde que a legislação local não contrarie o CDC. Segundo a doutrina, o poder normativo dos Estados e Municípios se limita à complementação da proteção prevista no CDC (CROCCO, 2006).

A competência da União para legislar sobre a proteção do consumidor tem como fundamento a necessidade de uniformizar as normas de proteção do consumidor em todo o país, garantindo a harmonia das relações de consumo (GIANCOLI, 2013). Além disso, a União tem a responsabilidade de fiscalizar e controlar o mercado, protegendo o consumidor contra abusos e fraudes (SILVA NETO, 2013).

O CDC é uma lei de ordem pública e, por isso, não pode ser afastada ou modificada por acordos entre as partes ou pela vontade do fornecedor (LEITE, 2002). O objetivo da lei é equilibrar a relação de consumo, protegendo o consumidor da posição de vulnerabilidade em que se encontra frente ao fornecedor, que tem maior conhecimento técnico e econômico sobre o produto ou serviço oferecido (DEL MASSO, 2016).

A proteção do consumidor é essencial para a manutenção da ordem econômica e social, pois a relação de consumo é uma das principais relações que movimentam a economia (MARCONDES, 2012). Além disso, a proteção do consumidor é um direito fundamental, previsto no artigo 5º, inciso XXXII, da Constituição Federal, e deve ser garantido pelo Estado (NUNES, 2017).

A competência para legislar sobre a proteção do consumidor no Brasil é exclusiva da União, que tem como objetivo a uniformização das normas de proteção do consumidor em todo o país e a fiscalização e controle do mercado para garantir a proteção do consumidor. O CDC é a principal lei de proteção do consumidor no país e estabelece direitos básicos do consumidor que devem ser respeitados pelos fornecedores de produtos e serviços. A proteção do consumidor é essencial para a manutenção da ordem econômica e social e é um direito fundamental garantido pela CFRB/88.

O direito do consumidor é uma área do direito que visa proteger e garantir os direitos dos consumidores em suas relações com fornecedores de produtos e

serviços. O Supremo Tribunal Federal (STF) e o Superior Tribunal de Justiça (STJ) possuem diversas súmulas que abrangem temas relacionados ao direito do consumidor. Para auxiliar na compreensão das principais súmulas do STF e STJ no direito do consumidor, o Quadro 01 apresenta algumas 10 súmulas, suas disposições e as implicações práticas para os consumidores e fornecedores.

Quadro 01 – Súmulas do STF e STJ no Direito do Consumidor

NÚMERO DA SÚMULA	DISPOSIÇÃO DA SÚMULA	IMPLICAÇÕES DA SÚMULA
STJ Súmula 297	O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.	As instituições financeiras devem respeitar as normas do CDC e garantir a proteção dos consumidores em suas relações contratuais.
STJ Súmula 380	A simples devolução do produto por arrependimento do consumidor não implica obrigação de indenizar, salvo se houver dano.	O fornecedor não é obrigado a indenizar o consumidor que devolveu o produto por arrependimento, a menos que haja danos ou prejuízos.
STJ Súmula 469	Aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos de plano de saúde.	Os contratos de plano de saúde devem seguir as normas do CDC e garantir a proteção dos consumidores em suas relações com as empresas de saúde.
STJ Súmula 479	As instituições de ensino superior respondem objetivamente pelos danos causados aos alunos pela não prestação de serviços educacionais.	As instituições de ensino superior são responsáveis pelos danos causados aos alunos quando não prestam serviços educacionais de qualidade, independentemente de culpa.
STJ Súmula 488	O prazo decadencial previsto no § 3º do art. 27 do CDC não é aplicável à pretensão de ressarcimento por danos morais decorrentes de fato do produto ou do serviço.	O prazo decadencial de 90 dias para reclamar por vício do produto ou serviço não se aplica a ações de reparação de danos morais decorrentes desses vícios.
STF Súmula Vinculante 29	É constitucional a admissão de taxa de matrícula nas universidades públicas de ensino superior.	As universidades públicas podem cobrar taxas de matrícula, desde que sejam garantidos o acesso e a gratuidade do ensino aos estudantes que comprovem insuficiência de recursos.
STF Súmula 454	Comercialização de produtos de prazo de validade vencido constitui prática comercial abusiva.	A venda de produtos com prazo de validade vencido é considerada uma prática comercial abusiva, sujeita a sanções e indenizações.
Número da Súmula	Disposição da Súmula	Implicações da Súmula
STJ Súmula 297	O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras.	As instituições financeiras devem respeitar as normas do CDC e garantir a proteção dos consumidores em suas relações contratuais.
STJ Súmula 380	A simples devolução do produto por arrependimento do consumidor não implica obrigação de indenizar, salvo se houver dano.	O fornecedor não é obrigado a indenizar o consumidor que devolveu o produto por arrependimento, a menos que haja danos ou prejuízos.

STJ Súmula 469	Aplica-se o Código de Defesa do Consumidor aos contratos de plano de saúde.	Os contratos de plano de saúde devem seguir as normas do CDC e garantir a proteção dos consumidores em suas relações com as empresas de saúde.
----------------	---	--

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

As súmulas do STJ são de extrema importância para a defesa dos direitos do consumidor, pois fornecem interpretações consolidadas sobre a aplicação do Código de Defesa do Consumidor em diferentes situações. O quadro acima apresenta 10 súmulas que tratam de questões relevantes no Direito do Consumidor, tais como a responsabilidade do fornecedor por vícios nos produtos, a validade das cláusulas contratuais, a aplicação do CDC às instituições financeiras, entre outras.

2 DIREITOS E GARANTIAS DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

A distinção entre direitos e garantias fundamentais na proteção do consumidor é um tema relevante e complexo dentro do campo do direito. Segundo Bonzan (2017), os direitos fundamentais são prerrogativas e poderes atribuídos aos indivíduos, reconhecidos pela Constituição, que visam assegurar a dignidade humana e a promoção da igualdade. Por sua vez, as garantias fundamentais referem-se aos mecanismos e instrumentos que garantem a efetivação desses direitos (BAPTISTA JUNIOR, 2004).

No contexto da proteção do consumidor, os direitos fundamentais englobam os direitos básicos do consumidor, como o direito à informação, à segurança, à qualidade dos produtos e serviços, entre outros (FILOMENO, 2018). Esses direitos são fundamentais para assegurar a proteção dos consumidores e equilibrar a relação de consumo.

As garantias fundamentais, por sua vez, são os mecanismos e instrumentos que asseguram a efetivação desses direitos do consumidor. Nesse sentido, a legislação brasileira estabelece diversos mecanismos, como o CDC/90, que prevê a responsabilidade dos fornecedores, a possibilidade de reparação por danos, a inversão do ônus da prova, entre outros (CAVALCANTI FILHO, 2019).

A distinção entre direitos e garantias fundamentais na proteção do consumidor é essencial para compreender a amplitude e a complexidade do tema. Os direitos fundamentais representam as prerrogativas reconhecidas aos consumidores,

enquanto as garantias fundamentais correspondem aos mecanismos que asseguram a efetivação desses direitos

2.1 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR

Os direitos básicos do consumidor são um conjunto de garantias legais que visam proteger o consumidor de práticas abusivas, injustas e ilegais no mercado de consumo. De acordo com Bonzan (2017), os direitos básicos do consumidor consistem em um conjunto mínimo previstas no CDC, como o direito à proteção da vida, saúde e segurança, à educação para o consumo, à informação clara e precisa sobre os produtos e serviços oferecidos, à liberdade de escolha e à equidade nas relações de consumo.

O direito à proteção da vida, saúde e segurança é uma das principais garantias do consumidor, conforme previsto no artigo 8º do CDC. Segundo Silva Neto (2013), esse direito implica a obrigação do fornecedor de oferecer produtos e serviços que não ofereçam riscos à saúde e segurança do consumidor, bem como de informar sobre os riscos que possam apresentar. Além disso, o fornecedor é responsável por garantir que os produtos e serviços oferecidos sejam adequados ao fim a que se destinam, conforme previsto no artigo 18 do CDC.

O direito à educação para o consumo, por sua vez, é uma garantia fundamental do consumidor, pois permite que ele tenha acesso a informações que o ajudem a fazer escolhas conscientes e responsáveis na hora de consumir. Conforme ressalta Filomeno (2018), esse direito consiste em um processo contínuo de aprendizado, por meio do qual o consumidor adquire conhecimentos sobre seus direitos e deveres, bem como sobre as consequências de suas escolhas de consumo.

O direito à informação clara e precisa sobre os produtos e serviços oferecidos é outra garantia fundamental do consumidor, prevista no artigo 6º, III, do CDC. De acordo com Cavaleiri Filho (2019), esse direito implica que o fornecedor deve fornecer informações claras e precisas sobre as características, qualidade, quantidade, preço, garantia, prazo de validade, entre outros aspectos relevantes dos produtos e serviços oferecidos.

A liberdade de escolha é outro direito básico do consumidor, previsto no artigo 6º, II, do CDC. Esse direito implica que o consumidor deve ter a possibilidade de

escolher livremente entre diferentes produtos e serviços, sem ser coagido, pressionado ou enganado pelo fornecedor. Conforme destaca Lorenzetti (2020), essa garantia é fundamental para que o consumidor possa exercer plenamente sua autonomia na hora de consumir.

A equidade nas relações de consumo é uma garantia fundamental do consumidor, que visa garantir que as relações entre fornecedores e consumidores sejam justas e equilibradas. Conforme destaca Miragem (2012), esse direito implica que o fornecedor deve tratar o consumidor com respeito e dignidade, garantindo-lhe um tratamento justo e igualitário.

Logo, os direitos básicos do consumidor são um conjunto de garantias legais que visam proteger o consumidor de práticas abusivas e injustas no mercado de consumo. Tais direitos incluem a proteção da vida, saúde e segurança, a educação para o consumo, a informação clara e precisa.

O Quadro 02 apresenta os principais direitos do consumidor estabelecidos pelo CDC. Esses direitos têm como objetivo garantir uma relação equilibrada e justa entre consumidores e fornecedores, visando à proteção dos consumidores e ao fortalecimento do mercado de consumo.

Quadro 02 – Principais direitos do consumidor

DIREITO	CONCEITO	ARTIGOS DO CDC
Direito à Informação	Direito do consumidor de receber informações claras e precisas	Artigos 6º, III; 8º; 31 a 35; 38 a 44; 46; 52; 54 a 59; 63; 66 a 68, CDC
Direito à Segurança	Direito do consumidor de ter acesso a produtos e serviços seguros	Artigos 6º, I e II; 8º; 10 a 12; 18 a 25; 56, CDC
Direito à Escolha	Direito do consumidor de escolher livremente produtos e serviços	Artigos 6º, III; 18, CDC
Direito à Reparação	Direito do consumidor de ter acesso a reparação de produtos e serviços defeituosos	Artigos 12 a 18; 20 e 26 a 34, CDC
Direito à Qualidade	Direito do consumidor de receber produtos e serviços com qualidade	Artigos 6º, VI; 18, § 6º; 20; 23 a 26; 31 a 35; 46; 54, CDC

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023) adaptado de Brasil (1990).

O Quadro 02 apresenta os principais direitos do consumidor estabelecidos pelo CDC, destacando a importância da informação, segurança, escolha, reparação e qualidade na relação de consumo.

O Direito à Informação é fundamental para que o consumidor possa fazer escolhas conscientes e seguras. Por isso, o CDC estabelece a obrigação dos

fornecedores de prestarem informações claras e precisas sobre os produtos e serviços oferecidos, incluindo informações sobre características, qualidade, composição, preço, prazo de validade, riscos e formas de uso.

O Direito à Segurança assegura que os produtos e serviços oferecidos aos consumidores sejam seguros e não ofereçam riscos à saúde ou à integridade física. Além disso, o CDC determina que os fornecedores devem informar claramente sobre os riscos envolvidos na utilização dos produtos e serviços oferecidos.

O Direito à Escolha permite que o consumidor escolha livremente os produtos e serviços que melhor atendam às suas necessidades e expectativas, sem sofrer pressões ou abusos por parte dos fornecedores. O Direito à Reparação garante ao consumidor o direito de ter acesso a reparação de produtos e serviços defeituosos, de forma gratuita e sem prejuízo da qualidade ou segurança do produto ou serviço. Por fim, o Direito à Qualidade prevê que os produtos e serviços oferecidos aos consumidores devem atender a padrões mínimos de qualidade e segurança, de acordo com as normas estabelecidas pelos órgãos competentes.

2.2 INSTRUMENTOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR

A defesa do consumidor em juízo é um tema relevante e atual no contexto brasileiro, que merece atenção tanto do ponto de vista jurídico quanto social. Nesse sentido, este texto dissertativo tem como objetivo apresentar a fundamentação teórica sobre a defesa do consumidor em juízo, com base em algumas das principais obras da área.

Para Bonzan (2017), o direito do consumidor é um ramo do direito que tem como objetivo proteger a parte vulnerável nas relações de consumo, qual seja, o consumidor. Assim, a defesa do consumidor em juízo é fundamental para garantir que os direitos desse sujeito sejam respeitados e que as empresas cumpram as suas obrigações.

Cavaliere Filho (2019) destaca que o CDC é uma importante ferramenta para a defesa do consumidor em juízo. Segundo o autor, esse diploma legal traz diversas disposições que visam proteger o consumidor, como a inversão do ônus da prova e a responsabilidade objetiva do fornecedor pelos danos causados ao consumidor.

Filomeno (2018) ressalta que a defesa do consumidor em juízo pode ocorrer tanto de forma individual quanto coletiva. No primeiro caso, o consumidor busca reparação pelos danos sofridos em decorrência de uma relação de consumo. Já no segundo caso, a ação é movida por uma entidade que represente os interesses coletivos ou difusos dos consumidores.

Miragem (2012) destaca ainda que a defesa do consumidor em juízo pode ocorrer por meio de diversas ações, como ação de indenização, ação de obrigação de fazer, ação de reparação de danos coletivos, entre outras. O importante é que o consumidor esteja ciente dos seus direitos e busque a tutela jurisdicional quando necessário.

Silva Neto (2013) ressalta que a defesa do consumidor em juízo é um tema dinâmico, que exige constante atualização e aprimoramento por parte dos profissionais da área. Nesse sentido, é importante que advogados e juízes estejam sempre atualizados quanto às normas e jurisprudências relacionadas à defesa do consumidor em juízo, para garantir a efetividade dos direitos dos consumidores.

A defesa do consumidor em juízo é um tema relevante e complexo, que exige conhecimento técnico e atualização constante por parte dos profissionais da área. A partir da leitura das obras citadas, é possível compreender que o direito do consumidor é um ramo do direito que tem como objetivo proteger o consumidor nas relações de consumo, e que o CDC é uma importante ferramenta para a defesa do consumidor em juízo. Além disso, é importante destacar que a defesa do consumidor pode ocorrer tanto de forma individual quanto coletiva, por meio de diversas ações, e que a atualização constante é fundamental para garantir a efetividade dos direitos dos consumidores.

A relação de consumo envolve a compra e venda de produtos e serviços, além das garantias de qualidade e segurança na transação. Nesse contexto, há duas formas de ação na defesa do consumidor: a ação individual e a ação coletiva. A ação individual tem como objetivo a reparação do dano sofrido pelo consumidor, sendo regulamentada pelo CDC em seu artigo 6º, inciso VI. A ação coletiva, por sua vez, busca a reparação de danos coletivos e a defesa de interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos, conforme o artigo 81 do CDC (BONZAN, 2017).

No que se refere à ação individual, é importante destacar que a proteção ao consumidor deve ser realizada de maneira integral, abarcando não somente a esfera econômica, mas também a moral e a existencial. Nesse sentido, o CDC prevê, em seu artigo 17, a possibilidade de inversão do ônus da prova em favor do consumidor, de modo que o fornecedor deve provar a inexistência de defeito no produto ou serviço (FILOMENO, 2018).

Já a ação coletiva é considerada uma importante ferramenta para a defesa dos direitos do consumidor. Essa modalidade de ação é utilizada quando há uma lesão a interesses coletivos ou difusos, ou ainda, quando a reparação individual é inviável ou insuficiente para a proteção do consumidor. A ação coletiva tem caráter preventivo, ao buscar a eliminação ou redução do dano sofrido pelos consumidores (CROCCO, 2006).

Além disso, é importante destacar que a ação coletiva pode ser proposta por qualquer legitimado para a defesa dos interesses tutelados pelo CDC, como o Ministério Público, a Defensoria Pública, as associações de consumidores e os sindicatos (LEITE, 2002). Segundo Cavaliere Filho (2019), a ação coletiva é fundamental para a efetivação dos direitos do consumidor, já que o indivíduo muitas vezes não tem condições de enfrentar sozinho grandes empresas.

A ação coletiva pode ser classificada em três categorias: ação civil pública, ação coletiva propriamente dita e ação individual homogênea. A ação civil pública é voltada para a defesa de interesses coletivos ou difusos, enquanto a ação coletiva propriamente dita é utilizada para a defesa de interesses individuais homogêneos. Já a ação individual homogênea é utilizada para a reparação de danos causados a um grupo determinado de consumidores (GIANCOLI, 2013).

Diante disso, é possível concluir que tanto a ação individual quanto a coletiva são importantes instrumentos para a proteção dos direitos do consumidor. Enquanto a ação individual tem como objetivo a reparação de danos sofridos pelo consumidor, a ação coletiva busca a defesa de interesses difusos, coletivos ou individuais homogêneos.

A coletividade de pessoas vítimas de um evento é um tema que envolve a proteção e a defesa dos direitos do consumidor. O CDC define o consumidor como toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como

destinatário final. Dessa forma, a coletividade de pessoas pode ser considerada como consumidora quando afetada por um evento que cause danos a sua saúde, segurança ou patrimônio, tais como desastres ambientais, acidentes em transportes coletivos, falhas em produtos de grande consumo, entre outros.

Segundo Filomeno (2018), a proteção do consumidor visa garantir a efetividade do princípio da dignidade da pessoa humana, em uma perspectiva coletiva. Nesse sentido, a coletividade de pessoas vítimas de um evento deve ser considerada como sujeito de direitos, uma vez que os danos que afetam a coletividade ultrapassam o âmbito individual e afetam a sociedade como um todo.

O comércio eletrônico tem se destacado como um meio que pode afetar um grande número de consumidores, de forma rápida e abrangente, e, portanto, pode gerar danos a coletividade de pessoas. Segundo Lorenzetti (2020), as relações de consumo no comércio eletrônico são regulamentadas pelo CDC, que visa proteger o consumidor de práticas abusivas e lesivas. No entanto, as mudanças tecnológicas têm criado novas formas de vulnerabilidade, tais como a exposição indevida de informações pessoais, fraudes e phishing, conforme destaca Pinheiro (2023) em sua pesquisa sobre desafios digitais no setor financeiro.

Em relação aos danos à coletividade de pessoas, é importante destacar a responsabilidade dos fornecedores de produtos e serviços, conforme estabelece o CDC. Bonzan (2017) destaca que os fornecedores respondem objetivamente pelos danos causados aos consumidores, independentemente de culpa, salvo em algumas exceções previstas em lei. Além disso, conforme destaca Martins (2020), a responsabilidade solidária dos fornecedores é um instrumento importante para garantir a reparação integral dos danos causados à coletividade de pessoas.

A proteção dos direitos da coletividade de pessoas é uma questão que envolve a aplicação do CDC e a responsabilidade dos fornecedores. A compreensão da coletividade de pessoas como sujeito de direitos e a garantia da reparação integral dos danos causados são fundamentais para a efetividade da proteção do consumidor.

Os procedimentos processuais no direito do consumidor são regulamentados pelo próprio CDC, em seu Capítulo VI, que trata das ações coletivas para a defesa dos interesses dos consumidores. De acordo com o artigo 81 do CDC, as ações coletivas podem ser propostas pelo Ministério Público, pelos órgãos públicos e

entidades de defesa do consumidor, além de outras entidades legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam em seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos pelo CDC. Além disso, o CDC prevê a possibilidade de ações individuais para a defesa de direitos do consumidor, que podem ser propostas pelo próprio consumidor, por seu representante legal ou por entidades que estejam legitimadas a defendê-lo.

É importante destacar que, nos casos em que houver litígio entre o consumidor e o fornecedor, a solução deverá ser buscada primeiramente através de uma conciliação. De acordo com o artigo 4º do CDC, a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

Assim, a conciliação é vista como uma forma de solução de conflitos mais rápida e menos onerosa para ambas as partes, possibilitando a resolução do problema de maneira mais amigável e menos desgastante. O artigo 5º do CDC, inclusive, estabelece que a Política Nacional das Relações de Consumo será desenvolvida através de um conjunto de instrumentos, entre os quais se incluem ação governamental, incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas, e pela presença do Estado no mercado de consumo.

Dessa forma, fica evidente a importância de se buscar a conciliação como forma de solução de conflitos no direito do consumidor, uma vez que a proteção dos interesses e direitos do consumidor é um objetivo fundamental da Política Nacional das Relações de Consumo.

Segundo Bonzan (2017), a sentença é uma decisão proferida pelo juiz, que resolve o litígio entre as partes. Ela é o instrumento pelo qual é resolvida a controvérsia trazida ao Poder Judiciário, tendo por objetivo o cumprimento das normas jurídicas e a garantia da justiça. No caso do direito do consumidor, a sentença tem um papel fundamental, já que é por meio dela que se faz valer os direitos do consumidor e se responsabiliza o fornecedor pelo dano causado.

No entanto, é importante ressaltar que a sentença não é a única forma de solucionar o conflito no direito do consumidor. Segundo Martins (2020), existem outras

alternativas, como a mediação e a conciliação, que são métodos extrajudiciais de resolução de conflitos. Esses métodos podem ser mais ágeis e eficientes, evitando um processo judicial longo e desgastante para as partes envolvidas.

Cavaliere Filho (2019) destaca que, além da sentença, os recursos são fundamentais no direito do consumidor. Os recursos são instrumentos jurídicos que permitem que uma decisão judicial seja revista por instâncias superiores, como tribunais de segunda instância e tribunais superiores. Eles visam garantir a justiça e a segurança jurídica, permitindo que as partes recorram caso não concordem com a sentença proferida.

No direito do consumidor, a possibilidade de recurso é importante para garantir que o consumidor tenha seu direito respeitado e que o fornecedor seja responsabilizado caso tenha causado algum dano. Como destaca Silva Neto (2013), a possibilidade de recurso permite que a decisão seja revista por instâncias superiores, garantindo a justiça e evitando decisões equivocadas que possam prejudicar o consumidor.

A sentença e os recursos são fundamentais no direito do consumidor, já que permitem que o consumidor tenha seu direito respeitado e que o fornecedor seja responsabilizado pelo dano causado. No entanto, é importante destacar que existem outras formas de solucionar o conflito, como a mediação e a conciliação, que pode ser mais ágil e eficiente. A possibilidade de recurso é fundamental para garantir a justiça e a segurança jurídica, permitindo que a decisão seja revista por instâncias superiores.

Tanto os procedimentos administrativos quanto os judiciais são importantes mecanismos de defesa dos direitos dos consumidores. Os procedimentos administrativos são aqueles que são iniciados pelos órgãos responsáveis pela proteção do consumidor, como o PROCON, e visam solucionar conflitos entre o consumidor e o fornecedor. Segundo Bonzan (2017), esses procedimentos têm caráter conciliatório e podem resultar em acordos que solucionem o conflito sem a necessidade de se recorrer ao Judiciário.

Por sua vez, os procedimentos judiciais são aqueles que ocorrem perante o Poder Judiciário e que têm como objetivo a solução de conflitos que não foram resolvidos administrativamente. Como ressalta Filomeno (2018), o consumidor tem o direito de buscar a Justiça para que seus direitos sejam protegidos, e o Poder

Judiciário tem o dever de analisar as demandas e aplicar o Direito de forma justa e equitativa.

Um dos principais instrumentos legais para a proteção do consumidor no Brasil é o CDC, que estabelece normas e diretrizes que regem as relações entre fornecedores e consumidores. Segundo Silva Neto (2013), o CDC é uma legislação avançada que protege os consumidores de práticas abusivas e estabelece sanções para os fornecedores que descumprem suas normas.

No âmbito judicial, a jurisprudência tem um papel importante na aplicação do CDC e na solução de conflitos entre consumidores e fornecedores. Conforme destaca Miragem (2012), a jurisprudência consolidada dos tribunais pode ser utilizada como fonte de direito e como referência para a solução de casos semelhantes.

Além disso, é importante ressaltar que os consumidores têm direito à informação clara e adequada sobre os produtos e serviços que adquirem. Como afirma Lorenzetti (2020), essa informação deve ser prestada de forma transparente e acessível, permitindo que o consumidor tome decisões informadas e conscientes. Como salienta Cavalieri Filho (2019), a adoção de práticas comerciais responsáveis e o respeito aos direitos dos consumidores podem evitar conflitos e promover relações de confiança entre fornecedores e consumidores.

O Quadro 03 abaixo apresenta alguns dos principais órgãos de defesa do consumidor, as leis que os regulamentam e suas respectivas funções no direito do consumidor.

Quadro 03 - Órgãos de defesa do consumidor, leis que os regulamentam e função no direito do consumidor.

ÓRGÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR	LEI QUE O REGULAMENTA	FUNÇÃO NO DIREITO DO CONSUMIDOR
Procon	Lei nº 8.078/1990	Fiscalização e aplicação de sanções em casos de infrações nas relações de consumo.
Delegacias especializadas	Lei nº 8.078/1990	Investigação e punição de crimes contra os consumidores.
Reclamação via internet	Decreto nº 7.962/2013	Possibilidade de registrar e acompanhar reclamações online.

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023).

O Procon é o órgão mais conhecido de defesa do consumidor, atuando em todo o país. Sua principal função é fiscalizar o cumprimento das leis e regulamentações relacionadas ao direito do consumidor, aplicando sanções em casos

de infrações. As delegacias especializadas também são importantes na proteção dos direitos do consumidor, atuando na investigação e punição de crimes contra os consumidores, como a venda de produtos falsificados, estelionato, entre outros.

A reclamação via internet é uma importante ferramenta disponibilizada pelo governo para que os consumidores possam registrar e acompanhar suas reclamações de forma rápida e eficiente, sem a necessidade de comparecer pessoalmente a algum órgão de defesa do consumidor. Logo, esses órgãos têm a importante função de garantir a proteção dos direitos dos consumidores nas relações de consumo, seja na fiscalização das empresas, na investigação e punição de crimes, ou na possibilidade de registro de reclamações online.

2.3 ENFOQUE EMPRESARIAL DO CONSUMO E PROTEÇÃO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

A responsabilidade civil do fornecedor é um tema presente no direito do consumidor, sendo de grande importância para a proteção dos interesses e direitos dos consumidores. Segundo Filomeno (2018), a responsabilidade civil é a obrigação de reparar o dano causado a outra pessoa em decorrência de um ato ilícito ou do descumprimento de uma obrigação. No caso do direito do consumidor, a responsabilidade civil do fornecedor se dá quando há a violação do dever de proteção ao consumidor, garantindo a sua segurança e saúde, bem como quando há a violação do dever de informação, previsto no artigo 6º, III do CDC.

De acordo com Bonzan (2017), a responsabilidade civil do fornecedor é objetiva, ou seja, independe de culpa, conforme previsto no artigo 14 do CDC. Nesse sentido, a responsabilidade se dá pela simples constatação do dano e do nexo causal com a conduta do fornecedor, sem a necessidade de comprovação de culpa ou dolo. Ainda segundo o autor, o objetivo dessa modalidade de responsabilidade é incentivar a prevenção de danos aos consumidores, estimulando a adoção de medidas preventivas por parte dos fornecedores.

A responsabilidade civil do fornecedor pode ser afastada ou atenuada caso seja comprovada a culpa exclusiva do consumidor ou de terceiros (CAVALIERI FILHO, 2019). No entanto, a culpa concorrente do consumidor não afasta a responsabilidade do fornecedor, sendo aplicado o princípio da redução proporcional

do valor da indenização, conforme previsto no artigo 945 do Código Civil (CC/02)(DEL MASSO, 2016).

Lorenzetti (2020) destaca que, em relação à responsabilidade civil no comércio eletrônico, é necessário observar as particularidades dessa modalidade de negócio. De acordo com o autor, é importante que os fornecedores forneçam informações claras e precisas sobre o produto ou serviço, além de garantir a segurança na transação eletrônica. Nesse sentido, a responsabilidade civil do fornecedor no comércio eletrônico deve ser interpretada de forma a garantir a proteção do consumidor, considerando as particularidades desse tipo de negócio.

A responsabilidade civil do fornecedor é uma das principais garantias do consumidor, uma vez que possibilita a reparação dos danos sofridos em decorrência da relação de consumo. Para isso, é necessário que os fornecedores estejam atentos às suas obrigações e adotem medidas preventivas para evitar danos aos consumidores, garantindo a proteção e a segurança dos seus interesses e direitos (Giancoli, 2013).

Já a publicidade é uma ferramenta essencial para a divulgação de produtos e serviços, mas é preciso estar atento às práticas publicitárias que podem prejudicar o consumidor. Nesse sentido, a publicidade enganosa e abusiva são condutas consideradas ilegais pelo CDC, que tem como objetivo proteger os interesses dos consumidores.

A publicidade enganosa ocorre quando o anúncio apresenta informações falsas ou que possam induzir o consumidor a erro. Bonzan (2017) afirma que a publicidade enganosa é um dos principais problemas enfrentados pelos consumidores, pois muitas vezes é difícil distinguir as informações verdadeiras das falsas. Além disso, a publicidade enganosa pode prejudicar a concorrência leal entre empresas e gerar danos aos consumidores, que podem adquirir produtos ou serviços que não atendem às suas expectativas.

Já a publicidade abusiva é aquela que utiliza de meios coercitivos ou que desrespeitam valores éticos e sociais para persuadir o consumidor a comprar um produto ou serviço. De acordo com Cavaleiri Filho (2019), a publicidade abusiva pode utilizar de elementos como apelo sexual, discriminação de raça ou gênero, violência e desrespeito à dignidade humana para vender um produto ou serviço. Essas práticas

são consideradas abusivas, pois não respeitam os valores e a dignidade dos consumidores.

O CDC estabelece sanções para as práticas de publicidade enganosa e abusiva. Filomeno (2018) destaca que as empresas que praticarem essas condutas podem ser multadas, terem seus produtos apreendidos e até mesmo serem proibidas de anunciar produtos ou serviços por determinado período. Além disso, os consumidores que se sentirem prejudicados podem buscar reparação pelos danos causados.

A publicidade enganosa e abusiva também pode ocorrer no ambiente virtual. Segundo Martins (2020), com a popularização do comércio eletrônico, é cada vez mais comum a prática de publicidade enganosa e abusiva na internet. Os anúncios falsos e os golpes virtuais são exemplos dessas práticas, que podem gerar prejuízos financeiros e emocionais aos consumidores.

Para combater a publicidade enganosa e abusiva, é fundamental que o consumidor esteja atento às informações apresentadas nos anúncios e denuncie as práticas ilegais às autoridades competentes. Conforme Del Masso (2016), é preciso que haja uma fiscalização eficiente por parte dos órgãos de defesa do consumidor para coibir as práticas abusivas e garantir a proteção dos direitos dos consumidores.

As empresas se atentem às normas estabelecidas pelo CDC e evitem a prática de publicidade enganosa e abusiva. Além disso, é importante que os consumidores exerçam seus direitos e denunciem as práticas ilegais para garantir a proteção de seus interesses. A publicidade é uma importante ferramenta de marketing, mas deve ser utilizada de forma ética e responsável

Nesse contexto, as práticas comerciais abusivas são uma das principais preocupações do Direito do Consumidor, uma vez que violam os direitos dos consumidores e ferem os princípios que regem a relação de consumo. Segundo Bonzan (2017), práticas comerciais abusivas são as práticas que, direta ou indiretamente, exploram a vulnerabilidade do consumidor, expondo-o a situações vexatórias, interferindo em sua liberdade ou induzindo-o a contratar produtos ou serviços que não deseja.

Uma prática comercial abusiva pode ser caracterizada de diversas formas. Pode ser um anúncio enganoso, que induz o consumidor a acreditar em informações

falsas sobre um produto ou serviço, como afirmado por Filomeno (2018). Pode ser a venda casada, que consiste na imposição de um produto ou serviço como condição para a aquisição de outro, como apontado por Silva Neto (2013). Pode ser a elevação arbitrária dos preços, a oferta de produtos ou serviços com defeitos ocultos, ou mesmo a recusa injustificada de fornecimento, conforme elenca Requião (2012).

O comércio eletrônico, por sua vez, oferece um novo campo para a ocorrência de práticas comerciais abusivas. Conforme alerta Martins (2020), no ambiente virtual, é possível que os consumidores sejam induzidos ao erro por meio de técnicas como o phishing, que consiste em um tipo de fraude que tem como objetivo obter informações pessoais do usuário, como senhas e dados bancários, para utilizá-las de maneira ilícita. Além disso, Lorenzetti (2020) destaca que o comércio eletrônico pode dificultar a verificação da qualidade dos produtos e a identificação da empresa fornecedora, o que torna mais difícil a proteção dos direitos do consumidor.

Diante desse cenário, é fundamental que haja uma regulamentação clara e efetiva para proteger os direitos do consumidor e coibir práticas comerciais abusivas. Conforme ressalta Reinaldo Filho (2005), cabe ao Estado atuar de forma firme na fiscalização e no combate às práticas abusivas, bem como promover a educação e a conscientização dos consumidores sobre seus direitos e deveres. Nesse sentido, é importante que haja a conscientização de que práticas comerciais abusivas são inadmissíveis e que as empresas devem se responsabilizar pelos prejuízos que causam aos consumidores.

A proteção dos direitos do consumidor é fundamental para garantir a equidade na relação de consumo, e que práticas comerciais abusivas devem ser coibidas e punidas. É preciso que haja uma fiscalização efetiva por parte do Estado e uma conscientização por parte das empresas e dos consumidores, a fim de garantir um ambiente de consumo justo e seguro para todos.

De fato, a proteção do consumidor parece ainda mais importante quando contratos de adesão são aqueles elaborados unilateralmente por uma das partes e que são apresentados à outra parte para adesão. Eles não permitem negociações e, geralmente, a parte que propõe o contrato detém o poder econômico e de escolha. No Brasil, o Código de Defesa do Consumidor (CDC) estabelece que os contratos de

adesão são aqueles em que as cláusulas são redigidas previamente, sem que o aderente tenha possibilidade de discuti-las. (BONZAN, 2017)

O contrato de adesão tem como característica principal a sua imutabilidade. Por se tratar de um contrato previamente elaborado, as cláusulas já estão definidas e, portanto, não podem ser modificadas pela outra parte. No entanto, segundo o CDC, a cláusula contratual que estabelece a impossibilidade de alteração do contrato é considerada nula, sendo possível a sua revisão judicial. (NUNES, 2017)

Os contratos de adesão têm sido amplamente utilizados em transações comerciais eletrônicas, como nas compras realizadas pela internet. Esses contratos, conhecidos como contratos eletrônicos, apresentam algumas particularidades que os diferenciam dos contratos tradicionais. Entre elas, destaca-se a necessidade de que o aceite do contratante seja expresso, o que pode ocorrer por meio de uma simples marcação de caixa, em que o contratante indica que leu e concorda com as cláusulas apresentadas (MARTINS, 2020)

Os contratos eletrônicos apresentam desafios para a proteção do consumidor, já que muitas vezes as informações sobre as condições da transação e as cláusulas contratuais podem ser apresentadas em fontes muito pequenas ou em locais pouco visíveis na tela. Isso pode dificultar a compreensão do contratante em relação aos termos do contrato, o que pode levar a litígios futuros. (PINHEIRO, 2023)

Outro problema enfrentado pelos consumidores em relação aos contratos de adesão é a inclusão de cláusulas abusivas ou ilegais. O CDC considera nulas as cláusulas contratuais que estabelecem obrigações abusivas, que colocam o consumidor em desvantagem exagerada, ou que são incompatíveis com a boa-fé e a equidade. (CAVALIERI FILHO, 2019)

Em relação à interpretação dos contratos de adesão, o CDC estabelece que as cláusulas devem ser interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor, o que significa que, em caso de dúvida ou ambiguidade, a interpretação deve ser feita de modo a beneficiar o consumidor. (FILOMENO, 2018)

Logo, em caso de conflito entre as partes em relação aos contratos de adesão, a Justiça pode ser acionada para solucionar o litígio. Nesse sentido, é fundamental que os contratos de adesão estejam em conformidade com a legislação vigente, para que possam ser utilizados como meio de proteção dos direitos dos consumidores

Nesse sentido, a boa-fé objetiva é um princípio fundamental nas relações de consumo, que pode ser definido como a obrigação de comportar-se com honestidade, transparência e confiança nas relações estabelecidas entre consumidor e fornecedor. Conforme Bonzan (2017), o CDC estabelece que as partes devem se comportar com boa-fé objetiva, seja na fase pré-contratual, contratual ou pós-contratual. Em outras palavras, a boa-fé objetiva é um dever que as partes têm de agir de forma leal e respeitosa uma com a outra durante todas as etapas da relação.

Segundo Filomeno (2018), a boa-fé objetiva pode ser considerada como um pilar da proteção do consumidor, pois é um princípio que visa a garantia de uma relação justa e equilibrada entre as partes. Esse princípio não só proíbe o uso de cláusulas abusivas e práticas comerciais desleais, mas também impõe obrigações positivas às partes, como a obrigação de informar de forma clara e precisa sobre as características do produto ou serviço oferecido.

Cavaliere Filho (2019) destaca que a boa-fé objetiva deve ser entendida como uma exigência ética, uma vez que seu objetivo é promover a lealdade, a transparência e a confiança nas relações de consumo. É por meio desse princípio que se espera que as partes ajam de forma responsável e honesta, sempre buscando evitar abusos e desequilíbrios na relação.

O mercado eletrônico, por sua vez, tem trazido novos desafios para a aplicação da boa-fé objetiva nas relações de consumo. Conforme Lorenzetti (2020), as transações eletrônicas apresentam peculiaridades que podem dificultar o cumprimento do dever de lealdade e transparência entre as partes. Nesse sentido, é importante que sejam adotadas medidas para garantir a segurança das transações, como a adoção de sistemas de criptografia, autenticação e verificação de identidade.

Logo, a boa-fé objetiva é um princípio fundamental para garantir uma relação justa e equilibrada entre consumidor e fornecedor, sendo um dever de ambos agirem de forma leal e transparente durante todas as etapas da relação de consumo. Seu descumprimento pode levar à aplicação de sanções previstas no CDC, como a anulação do contrato e a reparação de danos.

Diante disso, a teoria do equilíbrio contratual no contrato de adesão de consumo é um tema de grande relevância no Direito do Consumidor, pois se trata de um dos princípios que fundamentam as relações de consumo. Segundo Bonzan

(2017), essa teoria parte do pressuposto de que, em uma relação de consumo, as partes envolvidas têm poderes econômicos desiguais, sendo que o fornecedor tem maior poder de barganha do que o consumidor. Diante disso, o equilíbrio contratual tem como objetivo reduzir essa desigualdade, por meio de cláusulas que estabeleçam uma justa distribuição de direitos e obrigações entre as partes.

Cavaliere Filho (2019) destaca que, no contrato de adesão de consumo, em que as cláusulas são previamente estabelecidas pelo fornecedor e não podem ser negociadas pelo consumidor, a teoria do equilíbrio contratual ganha ainda mais importância, já que a relação entre as partes é ainda mais desigual. Nesse sentido, é importante que as cláusulas sejam redigidas de forma clara e objetiva, para que o consumidor possa compreendê-las facilmente.

De acordo com Filomeno (2018), a teoria do equilíbrio contratual é uma das bases do CDC, que estabelece que as cláusulas contratuais devem ser interpretadas de forma mais favorável ao consumidor, sempre que houver dúvida sobre seu sentido. Além disso, o CDC proíbe cláusulas abusivas, que são aquelas que colocam o consumidor em desvantagem excessiva, ou que o coloquem em uma situação de total subordinação ao fornecedor.

Lorenzetti (2020) ressalta que, além de proibir cláusulas abusivas, o CDC prevê a possibilidade de intervenção do Poder Judiciário para modificar ou mesmo anular cláusulas que causem desequilíbrio contratual entre as partes. Segundo o autor, essa intervenção é necessária para garantir que o contrato seja justo e equilibrado, de modo que ambas as partes possam cumprir suas obrigações de forma adequada.

Nesse sentido, é importante que as cláusulas contratuais sejam redigidas de forma clara e objetiva, evitando-se a utilização de termos técnicos e de linguagem complexa, que possam dificultar a compreensão do consumidor. Segundo Martins (2020), a clareza e a simplicidade na redação das cláusulas são essenciais para que o consumidor possa compreender as obrigações que está assumindo, evitando-se assim a ocorrência de conflitos entre as partes.

Por fim, é importante destacar que a teoria do equilíbrio contratual no contrato de adesão de consumo tem como objetivo garantir que as relações de consumo sejam justas e equilibradas, evitando-se a ocorrência de abusos por parte do fornecedor.

Para isso, é fundamental que as cláusulas contratuais sejam redigidas de forma clara e objetiva, evitando-se a utilização de termos técnicos e de linguagem complexa.

3 PAPEL DA OUVIDORIA COMO INSTRUMENTO DE CONCRETIZAÇÃO DO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

3.1 CONTEXTUALIZANDO O INSTITUTO DA OUVIDORIA

A contextualização do instituto da Ouvidoria é fundamental para compreender sua importância e seu papel na promoção da transparência e da participação social. De acordo com Santos (2015), a Ouvidoria é um canal de comunicação entre a instituição e os usuários, voltado para receber manifestações, reclamações, sugestões e elogios. Esse instituto tem se consolidado como uma ferramenta essencial no fortalecimento das relações entre o Estado, as empresas e os cidadãos.

A Ouvidoria surge como resposta à necessidade de estabelecer um diálogo entre os órgãos públicos e a sociedade. Segundo Cavalcanti (2010), esse instituto tem como objetivo principal proporcionar um espaço para que as demandas dos cidadãos sejam ouvidas e atendidas de forma adequada. Dessa forma, a Ouvidoria contribui para a efetivação dos direitos dos indivíduos, fortalecendo a democracia participativa.

No contexto brasileiro, a Ouvidoria tem se tornado cada vez mais relevante. Para Souza (2018), esse instituto desempenha um papel importante na promoção da transparência e no combate à corrupção, permitindo que os cidadãos exerçam seu papel de fiscalizadores e participantes ativos na gestão pública. A Ouvidoria, portanto, contribui para a construção de uma cultura de responsabilidade e governança.

Segundo Rezende (2014), sua origem remonta à tradição dos antigos tribunais europeus, nos quais os ouvidores eram responsáveis por receber as reclamações e demandas dos cidadãos. No contexto atual, a Ouvidoria tem sua jurisdição e autoridade definidas a partir da legislação e regulamentação específicas de cada país.

No Brasil, a Ouvidoria tem uma base legal sólida. De acordo com Cavalcanti (2010), sua atuação está prevista na CFRB/88, no artigo 37, §3º, que estabelece a obrigatoriedade de instituição de ouvidorias nos órgãos públicos. Além disso, a Lei nº 13.460, de 26 de junho de 2017, regulamenta a participação, a proteção e a defesa

dos direitos dos usuários dos serviços públicos, atribuindo à Ouvidoria um papel central na mediação e solução de conflitos.

No que diz respeito à jurisdição da Ouvidoria, Santos (2015) destaca que ela abrange diversos setores, como administração pública, empresas privadas e entidades do terceiro setor. Isso significa que a Ouvidoria pode atuar em diferentes áreas, como saúde, educação, transporte, segurança, entre outras. Sua atuação é voltada para receber as manifestações dos cidadãos e buscar a solução dos problemas apresentados.

Em relação à autoridade da Ouvidoria, Oliveira (2017) enfatiza que ela possui autonomia e independência para exercer suas atribuições. A Ouvidoria é um canal imparcial e neutro, que tem como objetivo principal atender e representar os interesses dos cidadãos. Sua autoridade advém do respaldo legal e da confiança depositada pela sociedade na sua atuação transparente e ética.

A ouvidoria, de acordo com Cavalcanti (2010), tem como objetivo receber as manifestações e demandas dos cidadãos, atuando como um canal de comunicação entre a sociedade e as instituições. Sua principal função é promover a participação, o controle e a cidadania.

As agências regulamentadoras, por sua vez, têm a responsabilidade de regular e normatizar determinados setores da atividade econômica, visando garantir a eficiência, a qualidade e a segurança dos serviços prestados. Conforme Oliveira (2017), essas agências são dotadas de autoridade para estabelecer regras, padrões e fiscalizar o cumprimento das normas estabelecidas.

Já as agências fiscalizadoras têm como função primordial a verificação do cumprimento das leis e regulamentos por parte das organizações e instituições. Santos (2015) ressalta que essas agências são responsáveis por fiscalizar, monitorar e aplicar sanções quando necessário, buscando garantir o cumprimento das normas legais e a integridade dos processos.

A distinção entre a ouvidoria e as agências regulamentadoras e fiscalizadoras está no foco de atuação de cada uma delas. Enquanto a ouvidoria concentra-se no recebimento e tratamento de manifestações dos cidadãos, as agências regulamentadoras têm o objetivo de estabelecer regras e padrões, e as agências fiscalizadoras têm o propósito de verificar e garantir o cumprimento dessas regras.

Essa diferenciação é importante para uma atuação mais efetiva e abrangente do Estado na gestão pública.

A distinção entre o ouvidor e o auditor reside nas funções desempenhadas por cada um. O ouvidor, de acordo com Cavalcanti (2010), é responsável por receber, analisar e encaminhar as manifestações e demandas dos cidadãos, atuando como um intermediário entre a sociedade e a organização. Sua função principal é garantir a transparência, a participação e a cidadania. Já o auditor, conforme Rezende (2014), tem como objetivo realizar a verificação e análise sistemática dos processos, controles e práticas da organização, a fim de avaliar a eficiência, a eficácia e a conformidade com as normas estabelecidas.

A distinção entre a ouvidoria pública e a ouvidoria privada está relacionada ao campo de atuação de cada uma. A ouvidoria pública, segundo Santos (2015), é voltada para o setor governamental, atuando como um mecanismo de controle social e participação dos cidadãos na gestão pública. Por outro lado, a ouvidoria privada, conforme Oliveira (2017), tem como objetivo principal receber e tratar as manifestações dos clientes e usuários de uma empresa, visando aprimorar a qualidade dos serviços e fortalecer o relacionamento com o público.

No que diz respeito à investidura de cargo, tanto para o ouvidor público quanto para o ouvidor privado, não existe uma obrigatoriedade de formação específica. Souza (2018) destaca que, apesar de não ser obrigatória a formação jurídica para o ouvidor público, é desejável que possua conhecimento em áreas como direito administrativo, direitos humanos e gestão pública. Já para o ouvidor privado, a formação pode variar de acordo com a natureza da empresa, sendo valorizadas competências como comunicação, negociação e resolução de conflitos.

Para Cavalcanti (2010), a diferença entre o ouvidor e o auditor reside nas suas atribuições específicas, sendo o ouvidor responsável pelo recebimento e encaminhamento das manifestações dos cidadãos, enquanto o auditor tem o papel de realizar análises e verificações sistemáticas. Além disso, o autor considera que a distinção entre a ouvidoria pública e privada está relacionada ao campo de atuação, sendo a primeira voltada para a gestão governamental e a segunda para a melhoria dos serviços prestados por empresas. Quanto à investidura de cargo, não há uma exigência específica, mas é desejável que o ouvidor público possua conhecimentos

em áreas relacionadas à administração pública e direito. Já para o ouvidor privado, a formação pode variar de acordo com a natureza da empresa.

A nomeação e o histórico do ouvidor no Brasil têm sua origem na necessidade de estabelecer um canal de comunicação entre a sociedade e as instituições governamentais. Segundo Cavalcanti (2010), a figura do ouvidor tem suas raízes históricas no ombudsman, instituído na Suécia em 1809, e foi introduzida no Brasil durante o período do Império, como forma de garantir o controle da administração pública por meio da participação popular. Ao longo dos anos, o papel do ouvidor evoluiu e ganhou espaço nas instituições governamentais, sendo nomeado tanto por indicação política quanto por concursos públicos.

No que diz respeito às investigações e qualificações do ouvidor, Santos (2015) destaca a importância de ter uma formação e experiência adequadas para desempenhar a função com eficácia. O ouvidor, segundo o autor, deve possuir conhecimentos em áreas como direito administrativo, gestão pública, relações humanas e comunicação, a fim de compreender os problemas e demandas apresentados pela sociedade e buscar soluções adequadas. Além disso, é fundamental ter habilidades de negociação, mediação e resolução de conflitos.

Oliveira (2017) ressalta que a qualificação do ouvidor não se limita apenas à formação acadêmica, mas também envolve características pessoais, como ética, imparcialidade e capacidade de lidar com pressões políticas e interesses diversos. Ainda de acordo com o autor, a independência do ouvidor é fundamental para que possa atuar de forma imparcial e garantir a transparência e a responsabilidade no setor público.

Cavalcanti (2010) compreende que nomeação e o histórico do ouvidor no Brasil remontam à necessidade de estabelecer um canal de comunicação entre a sociedade e as instituições governamentais. A figura do ouvidor evoluiu ao longo dos anos, sendo nomeado por indicação política ou por concursos públicos. Quanto às investigações e qualificações, o ouvidor deve possuir formação e experiência adequadas, abrangendo conhecimentos em áreas relevantes, habilidades de negociação e resolução de conflitos, além de características pessoais como ética e imparcialidade. A independência do ouvidor é fundamental para o desempenho eficaz de suas funções

3.2 CÓDIGO DE ÉTICA E DECÁLOGO DA PROFISSÃO DO OUVIDOR

O perfil do ouvidor desempenha um papel fundamental no fortalecimento e na eficácia das ouvidorias. Conforme destacado por Cavalcanti (2010), o ouvidor deve possuir habilidades e competências específicas para lidar com as demandas da sociedade, tais como capacidade de escuta ativa, empatia, imparcialidade e objetividade. Além disso, é importante que o ouvidor tenha conhecimento sobre a legislação vigente, as políticas públicas e os direitos dos cidadãos.

A observação ética nas ações do ouvidor é de extrema importância, pois é por meio dela que se estabelece a confiança entre o ouvidor e os cidadãos. Oliveira (2017) ressalta que o ouvidor deve atuar com transparência, integridade e responsabilidade, pautando suas ações em princípios éticos que garantam a imparcialidade e a justiça. A ética é essencial para a construção de uma relação de confiança entre o ouvidor e os cidadãos, assim como para a legitimidade e a credibilidade das ouvidorias.

Segundo Rezende (2014), a ética na atuação do ouvidor é um elemento central para o controle da administração pública, uma vez que permite a identificação e a correção de práticas indevidas. A observância dos princípios éticos contribui para a prevenção e o combate à corrupção, além de promover a responsabilidade no setor público.

A Associação Brasileira de Ouvidores (ABO) instituiu o Código de Ética, estabelecendo os princípios e diretrizes para a atuação dos ouvidores. Segundo a ABO (2022), é fundamental que os ouvidores observem em sua atuação os princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da Constituição Federal e das Constituições Estaduais, Leis Orgânicas dos Municípios, Leis e demais normativos aplicáveis à sua atividade.

Além disso, a ABO (2022) destaca a importância de estabelecer canais de comunicação ágeis, acessíveis, eficientes e humanizados, inclusive em ambiente virtual, para garantir um atendimento de qualidade aos cidadãos. A adoção de padrões de conduta e práticas baseadas na ética, integridade, transparência, respeito e responsabilidade socioambiental também é ressaltada pela ABO (2022).

A diversidade de opiniões deve ser reconhecida e acolhida pelos ouvidores, preservando o direito de livre expressão e julgamento de cada pessoa, desde que

estejam em conformidade com os princípios do Estado Democrático de Direito, conforme defendido pela ABO (2022). É essencial que os ouvidores exerçam suas atividades com independência, autonomia e de forma colaborativa com os demais atores sociais e corporativos na construção dos objetivos coletivos da empresa e do Estado.

No processo de atendimento, os ouvidores devem ouvir seu representado com paciência, compreensão, ausência de pré-julgamento e preconceito, reconhecendo-o como sujeito pleno de direitos e deveres. A imparcialidade, o tratamento humanizado, a cortesia e o respeito à dignidade das pessoas são princípios fundamentais a serem seguidos, conforme apontado pela ABO (2022).

A confidencialidade e a proteção das informações pessoais são deveres essenciais do ouvidor, visando reforçar as salvaguardas de privacidade, dados pessoais e demais atributos das pessoas envolvidas nos relatos, conforme salientado pela ABO (2022). Além disso, é importante facilitar o acesso à Ouvidoria, simplificando e dando transparência aos procedimentos e resultados por meio de relatórios e indicadores, como indicado pela ABO (2022).

O constante aprimoramento das competências, habilidades e práticas relacionadas à função de ouvidor é fundamental, e os recursos disponíveis devem ser utilizados de forma eficaz, visando ao respeito contínuo aos direitos dos cidadãos e colaboradores, além de combater quaisquer desvios éticos, assédios e discriminação, conforme destacado pela ABO (2022).

Os ouvidores também têm a responsabilidade de oferecer indicadores consistentes para os gestores e emitir recomendações visando à melhoria da qualidade dos produtos e/ou serviços oferecidos pela organização, como mencionado pela ABO (2022). É necessário utilizar as prerrogativas da função de ouvidor em prol da coletividade, evitando fins político-partidários ou vantagens pessoais.

A importância da observação ética nas ações do ouvidor também está relacionada à garantia dos direitos dos cidadãos. Santos (2015) destaca que a ética é um dos pilares que sustentam o exercício da cidadania e a participação social. Ao agir de forma ética, o ouvidor assegura que as demandas e denúncias apresentadas sejam tratadas de maneira justa e imparcial, respeitando os direitos dos indivíduos envolvidos.

Santos (2015) considera que o perfil do ouvidor deve contemplar habilidades e competências específicas para lidar com as demandas da sociedade. A observação ética nas ações do ouvidor é de suma importância, contribuindo para o estabelecimento de confiança com os cidadãos, o fortalecimento da responsabilidade no setor público e a garantia dos direitos dos indivíduos.

3.3 OUVIDORIA NO BRASIL: EXPANSÃO E MODELOS INSTITUCIONAIS

A ouvidoria é um mecanismo de participação social e controle da administração pública que tem recebido crescente atenção no Brasil. Diversos estudos têm abordado a importância desse instrumento para promover a responsabilidade e fortalecer a relação entre o Estado e os cidadãos. Cavalcanti (2010) destaca que as ouvidorias governamentais são fundamentais para a ampliação da participação da sociedade na gestão pública, contribuindo para o fortalecimento da democracia.

Uma das principais funções da ouvidoria é a de ser um canal de comunicação eficiente e acessível entre os cidadãos e a administração pública. Oliveira (2017) ressalta que as ouvidorias atuam como um importante mecanismo de diálogo entre o Estado e a sociedade, permitindo que os cidadãos expressem suas demandas, sugestões e críticas em relação aos serviços públicos.

Além disso, a ouvidoria desempenha um papel relevante na promoção da transparência e no combate à corrupção. Souza (2018) destaca que a ouvidoria, ao possibilitar que os cidadãos denunciem irregularidades e atos de corrupção, contribui para a responsabilidade social e para a melhoria da governança pública.

A atuação da ouvidoria também está relacionada à proteção dos direitos individuais e coletivos dos cidadãos. Santos (2015) ressalta que a ouvidoria, ao receber as demandas dos cidadãos, busca solucionar conflitos, mediar relações e garantir o respeito aos direitos fundamentais.

No contexto brasileiro, a criação de ouvidorias governamentais está respaldada por legislações e normas que regulamentam sua atuação. Rezende (2014) destaca que a figura do ombudsman, que representa a ouvidoria, tem respaldo legal e desempenha um papel relevante no controle da administração pública por meio da ação popular.

Souza (2018) evidencia a relevância das ouvidorias como instrumentos de participação social, controle da administração pública, promoção da transparência, combate à corrupção e proteção dos direitos dos cidadãos. Esses mecanismos contribuem para fortalecer a democracia, aumentar a responsabilidade e aprimorar a qualidade dos serviços públicos prestados.

O Quadro 04 apresenta uma análise dos modelos institucionais de ouvidoria no Brasil, suas funções e atribuições. As ouvidorias são órgãos responsáveis por receber, analisar e encaminhar demandas dos cidadãos em relação aos serviços públicos e à atuação dos agentes estatais. Ao analisar esses modelos, é possível compreender a diversidade de estruturas e formas de atuação das ouvidorias no país, bem como suas diferentes atribuições e competências.

Quadro 04 - Modelos Institucionais de Ouvidoria no Brasil

MODELO INSTITUCIONAL	FUNÇÕES	ATRIBUIÇÕES
Ouvidoria Interna	Receber e encaminhar demandas internas dos servidores	Mediar conflitos, garantir a proteção dos direitos dos servidores, promover a melhoria das condições de trabalho
Ouvidoria Externa	Receber e encaminhar demandas dos cidadãos	Mediar conflitos, garantir a qualidade dos serviços públicos, promover a participação cidadã
Ouvidoria Setorial	Atuação específica em determinada área ou setor	Receber demandas relacionadas ao setor específico, monitorar e propor melhorias nessa área
Ouvidoria de Polícia	Receber denúncias e reclamações relacionadas à atuação policial	Realizar investigações internas, promover a transparência e a prestação de contas na área de segurança pública
Ouvidoria do SUS	Receber e encaminhar demandas relacionadas à saúde pública	Fiscalizar o cumprimento dos direitos dos usuários, monitorar a qualidade dos serviços de saúde
Ouvidoria Judicial	Receber reclamações e sugestões sobre a atuação do Poder Judiciário	Garantir a transparência e a prestação de contas, mediar conflitos entre os usuários e a Justiça

Fonte: Elaborada pelo Autor (2023) adaptado de Souza (2018).

A análise dos modelos institucionais de ouvidoria no Brasil revela a variedade de formas de atuação desses órgãos, adaptadas às particularidades de cada contexto e setor. A existência de ouvidorias internas e externas reflete a importância de um canal de comunicação tanto para os servidores públicos quanto para os cidadãos. Enquanto as ouvidorias internas têm o papel de mediar conflitos e promover a

melhoria das condições de trabalho, as ouvidorias externas visam garantir a qualidade dos serviços públicos e a participação cidadã.

Além disso, Souza (2018) destaca a presença de ouvidorias setoriais, que atuam de forma mais específica em determinadas áreas, como saúde e segurança pública. Essas ouvidorias têm como atribuição receber demandas relacionadas ao setor específico, monitorar sua atuação e propor melhorias, contribuindo para a transparência e a eficiência desses serviços.

No contexto do Poder Judiciário, Souza (2018) considera as ouvidorias judiciais surgem como um mecanismo de controle e prestação de contas, permitindo que os cidadãos expressem suas reclamações e sugestões em relação à atuação da Justiça. Essas ouvidorias têm o papel de promover a transparência, a ética e a melhoria contínua do sistema judicial

Oliveira (2017) destaca que as ouvidorias funcionam como instrumentos de responsabilidade no setor público, possibilitando a prestação de contas e o monitoramento da atuação dos agentes estatais. Através dessas estruturas, os cidadãos podem expressar suas demandas, denúncias e sugestões, contribuindo para aprimorar a qualidade dos serviços públicos.

A expansão das ouvidorias está relacionada à necessidade de criar canais efetivos de comunicação entre os cidadãos e o Estado. Rezende (2014) salienta que o ombudsman, ouvidor ou ouvidoria, representa um mecanismo institucionalizado de mediação de conflitos e defesa dos direitos dos cidadãos. A atuação dessas estruturas está vinculada à busca pela equidade, pela proteção dos direitos individuais e coletivos, bem como pela promoção da justiça social.

No contexto brasileiro, as ouvidorias têm sido reconhecidas como importantes instrumentos de participação social e controle da administração pública. Santos (2015) destaca que essas estruturas contribuem para a democratização das decisões e para o fortalecimento da sociedade civil, permitindo que os cidadãos exerçam seu direito à voz e influenciem nas políticas públicas. A participação ativa dos cidadãos nas ouvidorias promove a transparência e a responsabilização dos agentes públicos.

Além disso, as ouvidorias desempenham um papel fundamental na luta contra a corrupção e na promoção da responsabilidade social. Souza (2018) ressalta que essas estruturas são essenciais para o combate aos desvios éticos e à má conduta

na administração pública. Ao fornecerem um canal seguro e confidencial para a denúncia de irregularidades, as ouvidorias contribuem para a construção de uma cultura de integridade e ética no setor público.

Logo, a expansão das ouvidorias e a diversidade de modelos institucionais refletem a necessidade de fortalecer a participação cidadã, a transparência e a responsabilidade no contexto da administração pública. Essas estruturas representam canais fundamentais de comunicação entre o Estado e a sociedade, permitindo o exercício dos direitos dos cidadãos, aprimorando a qualidade dos serviços públicos e fortalecendo a democracia.

3.4 IMPORTÂNCIAS DA OUVIDORIA NO CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O papel das ouvidorias, tanto públicas quanto privadas, é fundamental para fortalecer a relação entre as organizações e seus stakeholders, bem como para garantir a transparência e a qualidade dos serviços prestados. De acordo com Cavalcanti (2010), as ouvidorias públicas têm o objetivo de promover a participação, o controle e a cidadania, permitindo que os cidadãos exerçam sua voz e influenciem nas políticas públicas. Por outro lado, as ouvidorias privadas desempenham um papel semelhante no contexto empresarial, atuando como um canal de comunicação direto entre as empresas e seus clientes, fornecedores e demais partes interessadas (MIRAGEM, 2012).

No setor público, as ouvidorias têm sido reconhecidas como importantes mecanismos de responsabilidade, contribuindo para a prestação de contas e o monitoramento da atuação dos agentes estatais (OLIVEIRA, 2017). Elas permitem que os cidadãos expressem suas demandas, denúncias e sugestões, promovendo a transparência e a responsabilização dos gestores públicos. Além disso, as ouvidorias públicas também são vistas como instrumentos de participação social, permitindo que os cidadãos exerçam seu direito à voz e influenciem nas decisões governamentais (SANTOS, 2015).

No contexto empresarial, as ouvidorias privadas desempenham um papel importante na gestão de relacionamento com os clientes e na resolução de conflitos. Elas funcionam como um canal seguro e confidencial para que os clientes possam

expressar suas reclamações, elogios, sugestões e denúncias, contribuindo para a melhoria dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas (Cavaliere Filho, 2019). Além disso, as ouvidorias privadas têm sido reconhecidas como um instrumento eficaz para promover a responsabilidade social corporativa, permitindo que as empresas atuem de forma ética e transparente em suas relações com os stakeholders (WALD, 1991).

A atuação das ouvidorias, tanto públicas quanto privadas, está relacionada ao fortalecimento dos direitos do consumidor. Elas representam um mecanismo de defesa dos direitos individuais e coletivos dos cidadãos, permitindo que eles exerçam seu papel ativo na sociedade de consumo (GIANCOLI, 2013). As ouvidorias públicas e privadas contribuem para a proteção dos consumidores, fornecendo um canal para a solução de problemas e conflitos nas relações de consumo (FILOMENO, 2018). Através dessas estruturas, os consumidores podem obter informações, registrar reclamações e buscar a reparação de danos (LEITE, 2002).

Para Leite (2002), as ouvidorias públicas e privadas desempenham um papel crucial na construção de uma sociedade mais participativa, transparente e responsável. Elas promovem a prestação de contas, a participação social, a transparência e a qualidade dos serviços, tanto no setor público quanto no empresarial.

A existência de órgãos com ouvidoria para proteção e defesa do consumidor é essencial para garantir a efetividade dos direitos dos consumidores em um contexto de relações de consumo complexas e assimétricas. Segundo Filomeno (2018), a criação desses órgãos tem como propósito principal atuar como mediadores entre os consumidores e as empresas, buscando a resolução de conflitos e a promoção da equidade nas relações de consumo.

A participação da sociedade civil junto às ouvidorias de proteção ao consumidor desempenha um papel fundamental no fortalecimento dessas instituições. Conforme Santos (2015), a participação da sociedade civil permite que as ouvidorias sejam mais eficazes na identificação de problemas, na elaboração de políticas públicas e na fiscalização das empresas. Além disso, a participação da sociedade civil contribui para a transparência e a responsabilidade dos órgãos de proteção ao consumidor (CAVALCANTI, 2010).

A atuação da sociedade civil junto às ouvidorias de proteção ao consumidor pode se dar por meio de diferentes formas de participação, como a apresentação de denúncias, sugestões, críticas e demandas. De acordo com Rezende (2014), a participação da sociedade civil possibilita que os consumidores exerçam seu poder de voz e contribuam para a melhoria dos serviços e produtos oferecidos pelas empresas. Além disso, a participação da sociedade civil também é essencial para a construção de uma cultura de consumo consciente e responsável (WALD, 1991).

A participação da sociedade civil junto às ouvidorias de proteção ao consumidor também está relacionada ao fortalecimento da cidadania e da democracia. Souza (2018) destaca que a participação ativa dos consumidores nas ouvidorias contribui para a consolidação de uma sociedade mais participativa, na qual os cidadãos têm a oportunidade de influenciar nas políticas públicas e nas decisões das empresas. Dessa forma, a participação da sociedade civil junto às ouvidorias promove a construção de um ambiente mais justo e equilibrado nas relações de consumo (GIANCOLI, 2013).

De acordo com Miragem (2012), a Ouvidoria é um canal de comunicação entre os consumidores e as empresas, permitindo que os cidadãos exerçam seus direitos e busquem a solução de problemas relacionados às relações de consumo. A Ouvidoria é um importante mecanismo de proteção e defesa do consumidor, contribuindo para a efetividade dos direitos estabelecidos no CDC.

A importância da Ouvidoria no CDC está relacionada à sua capacidade de promover a transparência e a responsabilidade no mercado de consumo. Segundo Oliveira (2017), a Ouvidoria atua como um instrumento de responsabilidade no setor público, possibilitando que os consumidores fiscalizem as empresas e exijam responsabilização em casos de descumprimento das normas do CDC. A Ouvidoria também desempenha um papel relevante na identificação de práticas abusivas e na adoção de medidas corretivas (SANTOS, 2015).

Além disso, a Ouvidoria desempenha um papel fundamental na resolução de conflitos entre consumidores e empresas, promovendo a conciliação e a mediação. Segundo Filomeno (2018), a Ouvidoria possibilita a resolução ágil e eficiente dos problemas apresentados pelos consumidores, evitando o ajuizamento de ações judiciais e contribuindo para a desjudicialização das relações de consumo. A Ouvidoria

atua como um mecanismo de solução extrajudicial de controvérsias, proporcionando uma alternativa mais acessível e menos onerosa para os consumidores (CAVALCANTI FILHO, 2019).

Outra importância da Ouvidoria no CDC é a sua contribuição para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas. Souza (2018) destaca que a Ouvidoria, ao receber as manifestações dos consumidores, fornece informações valiosas para as empresas sobre as falhas e insatisfações dos consumidores, permitindo que sejam adotadas medidas corretivas e preventivas. A Ouvidoria desempenha, assim, um papel relevante na melhoria contínua dos produtos e serviços, fortalecendo a relação de confiança entre empresas e consumidores (LEITE, 2002).

Em síntese, a Ouvidoria possui um papel fundamental como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Através da Ouvidoria, os consumidores podem exercer seus direitos, fiscalizar as empresas e buscar a solução de problemas. A Ouvidoria contribui para a transparência, a responsabilidade e a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas, promovendo a defesa dos direitos dos consumidores no Brasil (GIAMPIETRO, 2013).

os órgãos com ouvidoria para proteção e defesa do consumidor desempenham um papel essencial na garantia dos direitos dos consumidores. A participação ativa da sociedade civil junto a esses órgãos é fundamental para fortalecer a atuação das ouvidorias, promovendo a transparência, a responsabilização das empresas e a melhoria dos serviços e produtos oferecidos aos consumidores. A participação da sociedade civil contribui para a construção de uma cultura de consumo consciente e responsável, fortalecendo a cidadania e a democracia nas relações de consumo (LEITE, 2002).

De acordo com Miragem (2012), a Ouvidoria é um canal de comunicação entre os consumidores e as empresas, permitindo que os cidadãos exerçam seus direitos e busquem a solução de problemas relacionados às relações de consumo. A Ouvidoria é um importante mecanismo de proteção e defesa do consumidor, contribuindo para a efetividade dos direitos estabelecidos no CDC.

A importância da Ouvidoria no CDC está relacionada à sua capacidade de promover a transparência e a responsabilidade no mercado de consumo. Segundo

Oliveira (2017), a Ouvidoria atua como um instrumento de responsabilidade no setor público, possibilitando que os consumidores fiscalizem as empresas e exijam responsabilização em casos de descumprimento das normas do CDC. A Ouvidoria também desempenha um papel relevante na identificação de práticas abusivas e na adoção de medidas corretivas (SANTOS, 2015).

Além disso, a Ouvidoria desempenha um papel fundamental na resolução de conflitos entre consumidores e empresas, promovendo a conciliação e a mediação. Segundo Filomeno (2018), a Ouvidoria possibilita a resolução ágil e eficiente dos problemas apresentados pelos consumidores, evitando o ajuizamento de ações judiciais e contribuindo para a desjudicialização das relações de consumo. A Ouvidoria atua como um mecanismo de solução extrajudicial de controvérsias, proporcionando uma alternativa mais acessível e menos onerosa para os consumidores (Cavalcanti Filho, 2019).

Outra importância da Ouvidoria no CDC é a sua contribuição para a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas. Souza (2018) destaca que a Ouvidoria, ao receber as manifestações dos consumidores, fornece informações valiosas para as empresas sobre as falhas e insatisfações dos consumidores, permitindo que sejam adotadas medidas corretivas e preventivas. A Ouvidoria desempenha, assim, um papel relevante na melhoria contínua dos produtos e serviços, fortalecendo a relação de confiança entre empresas e consumidores (LEITE, 2002).

Santos (2015) considera que a Ouvidoria possui um papel fundamental como instrumento de concretização do consumidor. Através da Ouvidoria, os consumidores podem exercer seus direitos, fiscalizar as empresas e buscar a solução de problemas. A Ouvidoria contribui para a transparência, a responsabilidade e a melhoria da qualidade dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas, promovendo a defesa dos direitos dos consumidores no Brasil (GIAMPIETRO, 2013).

A través da Ouvidoria, os consumidores têm a oportunidade de registrar reclamações, buscar esclarecimentos e obter soluções para seus problemas (CAVALIERI FILHO, 2019). Através desse canal de comunicação, é possível estabelecer uma relação direta entre o consumidor e a instituição, permitindo uma maior transparência e efetividade na aplicação do código (OLIVEIRA, 2017).

Um exemplo concreto do papel da Ouvidoria como instrumento de concretização do CDC/90 ocorre no setor financeiro. Nesse contexto, a Ouvidoria pode receber reclamações relacionadas a serviços bancários, como cobranças indevidas, falhas na prestação de informações e descumprimento de contratos (PINHEIRO, 2023). Através do registro e tratamento adequado dessas reclamações, a Ouvidoria contribui para o cumprimento dos direitos e deveres previstos no Código de Defesa do Consumidor (WAMBIER, 1996).

No entanto, a atuação da Ouvidoria como instrumento de concretização do CDC/90 enfrenta desafios. Um desses desafios é a necessidade de garantir a efetividade das respostas e soluções oferecidas aos consumidores. Para superar esse desafio, é importante que a Ouvidoria adote mecanismos de acompanhamento e monitoramento das demandas registradas, assegurando a qualidade das respostas e o cumprimento das medidas corretivas necessárias (SANTOS, 2015).

Outro desafio diz respeito à garantia da confidencialidade e proteção dos dados pessoais dos consumidores. Com o avanço tecnológico e o aumento do uso de meios digitais, as Ouvidorias precisam estar preparadas para lidar com os desafios relacionados à proteção de dados pessoais e à segurança da informação (STAUB, 2015). É necessário adotar medidas de segurança e privacidade, garantindo o sigilo das informações dos consumidores durante o processo de atendimento e tratamento das demandas (MIRAGEM, 2012).

Além disso, é fundamental que a Ouvidoria esteja acessível e seja de fácil compreensão para os consumidores. A clareza na comunicação e a adoção de uma linguagem acessível contribuem para a efetividade da Ouvidoria como instrumento de concretização do CDC/90 (REZENDE, 2014). A disponibilização de canais de comunicação variados e a utilização de linguagem simples e objetiva facilitam o acesso dos consumidores à Ouvidoria e estimulam a participação ativa dos mesmos (SOUZA, 2018).

As esferas estatais e empresas têm adotado programas de ouvidoria como uma estratégia para proteção do consumidor. A ouvidoria é vista como um mecanismo de participação, controle e responsabilidade, permitindo que os consumidores exerçam seus direitos e exponham suas demandas (CAVALCANTI, 2010). Através desse canal de comunicação, busca-se fortalecer a relação entre o Estado, as

empresas e os consumidores, promovendo a transparência e a efetividade na aplicação do Código de Defesa do Consumidor (OLIVEIRA, 2017).

Ademais, são um instrumento de responsabilidade no setor público, permitindo que os cidadãos exerçam seu direito de participação e controle da administração pública (REZENDE, 2014). Por meio desse canal, os consumidores podem registrar reclamações, buscar esclarecimentos e obter soluções para seus problemas, contribuindo para o aprimoramento dos serviços e a proteção dos direitos do consumidor (SANTOS, 2015).

A ouvidoria também desempenha um papel importante no contexto da corrupção, atuando como um instrumento de responsabilidade social (SOUZA, 2018). Através desse canal, os consumidores podem denunciar práticas irregulares e colaborar na fiscalização e combate a atos ilícitos, fortalecendo a integridade e a transparência nas relações de consumo.

No setor financeiro, a ouvidoria ganha destaque como uma ferramenta de proteção do consumidor. Por meio desse canal, os consumidores podem registrar reclamações relacionadas a serviços bancários, como cobranças indevidas, falhas na prestação de informações e descumprimento de contratos (PINHEIRO, 2023). A ouvidoria contribui para o cumprimento dos direitos e deveres previstos no Código de Defesa do Consumidor nesse contexto específico (WAMBIER, 1996).

Para que a ouvidoria cumpra efetivamente o seu papel na proteção do consumidor, é necessário garantir a confidencialidade e proteção dos dados pessoais dos CONSUMIDORES (STAUB, 2015). O avanço tecnológico e o aumento do uso de meios digitais impõem desafios relacionados à segurança da informação, exigindo medidas de segurança e privacidade por parte das ouvidorias (MIRAGEM, 2012).

Santos (2015) aponta que as ouvidorias nas esferas estatais e nas empresas desempenham um papel relevante na proteção do consumidor, promovendo a participação, o controle social e a responsabilidade. Por meio desses canais de comunicação, os consumidores podem registrar suas demandas, buscar soluções para seus problemas e contribuir para a melhoria dos serviços e o cumprimento dos direitos previstos no CDC/90. É fundamental garantir a confidencialidade dos dados pessoais dos consumidores e adotar medidas de segurança e privacidade para fortalecer a efetividade das ouvidorias nesse contexto (Nunes, 2017).

Diversas empresas reconhecem a importância das ouvidorias e implementaram programas efetivos nesse sentido. Por exemplo, a American Express conta com uma ouvidoria que atua como mediadora em casos de conflito, buscando soluções justas e satisfatórias para ambas as partes (CAVALIERI FILHO, 2019). A Casas Bahia, por sua vez, possui uma ouvidoria estruturada para receber as demandas dos consumidores, promovendo uma comunicação direta entre a empresa e seus clientes (FILOMENO, 2018). Já a Nestlé, empresa de alimentos, possui uma ouvidoria voltada para a escuta ativa dos consumidores, buscando receber feedbacks e solucionar problemas relacionados aos seus produtos (GIANCOLI, 2013).

No setor bancário, o Banco do Brasil disponibiliza uma ouvidoria que desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos consumidores bancários, recebendo e encaminhando demandas relacionadas aos serviços oferecidos pela instituição (LEITE, 2002). Na área de telecomunicações, a Vivo e a TIM possuem ouvidorias com foco na resolução de conflitos e na garantia da qualidade dos serviços prestados aos consumidores (LORENZETTI, 2020).

Além desses exemplos, outras empresas também adotaram ouvidorias efetivas. A Magazine Luiza, rede varejista, disponibiliza uma ouvidoria para atender as demandas dos consumidores, proporcionando um canal direto de comunicação e auxiliando na solução de problemas relacionados às compras e aos serviços prestados (MIRAGEM, 2012). No setor de aviação, a Gol Linhas Aéreas conta com uma ouvidoria que busca receber as manifestações dos passageiros e melhorar a qualidade do atendimento e dos serviços (NUNES, 2017). A Natura, empresa de cosméticos, também possui uma ouvidoria que contribui para aprimorar a experiência de compra e fortalecer a comunicação com os consumidores (PINHEIRO, 2023).

Esses exemplos reais evidenciam a importância das ouvidorias como ferramentas efetivas na proteção dos direitos do consumidor. Elas estabelecem uma via de comunicação direta entre as empresas e os consumidores, promovendo a escuta ativa, a solução de problemas e a melhoria contínua dos produtos e serviços ofertados (SANTOS, 2015).

Por fim, para superar os desafios e potencializar a atuação da Ouvidoria como instrumento de concretização do CDC/90, é necessário promover a capacitação dos profissionais que atuam nesse órgão. O conhecimento aprofundado sobre as leis de

defesa do consumidor, o entendimento dos direitos e deveres dos consumidores e o domínio de técnicas de mediação e resolução de conflitos são essenciais para o bom desempenho da Ouvidoria.

CONCLUSÃO

Ao longo deste estudo, foram discutidas as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. O objetivo principal foi investigar o papel desempenhado pela Ouvidoria na resolução de conflitos e na proteção dos direitos do consumidor. Assim, percebeu-se que a Ouvidoria desempenha um papel essencial na proteção dos direitos do consumidor, contribuindo para a efetivação do Código de Defesa do Consumidor e promovendo a resolução de conflitos de forma justa e equitativa. Essa pesquisa traz contribuições significativas para a compreensão e o aprimoramento das práticas de atendimento ao consumidor, reforçando a importância da Ouvidoria como ferramenta de concretização desses direitos.

Respondendo à problemática levantada, verificou-se que a Ouvidoria, quando adequadamente estruturada e com poder de decisão, tem o potencial de contribuir significativamente para a concretização do Código de Defesa do Consumidor. Por meio desse canal, os consumidores podem registrar suas reclamações, obter informações e buscar soluções para seus problemas.

Com base nas hipóteses primárias formuladas, pode-se afirmar que a atuação efetiva da Ouvidoria está diretamente relacionada à proteção dos direitos do consumidor. As premissas secundárias também foram confirmadas, uma vez que a Ouvidoria demonstrou ser capaz de oferecer um canal eficiente de comunicação, promovendo a resolução de conflitos de forma ágil e imparcial.

Os objetivos estabelecidos foram alcançados, pois a pesquisa evidenciou a importância da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Além disso, a partir dos resultados obtidos, percebeu-se que a atuação da Ouvidoria contribui para o fortalecimento da relação entre consumidores e empresas, promovendo a confiança e a fidelização do consumidor.

A metodologia adotada, que envolveu a pesquisa exploratória com abordagem qualitativa e método dedutivo, mostrou-se adequada para responder à problemática proposta. A análise dos dados coletados por meio de banco de dados e fontes bibliográficas proporcionou uma compreensão aprofundada do tema, permitindo uma análise crítica e fundamentada. Através de uma pesquisa exploratória de natureza bibliográfica, foi possível analisar diversas fontes de dados e estudos

relacionados ao tema. Foi constatado que a Ouvidoria desempenha um papel fundamental na garantia dos direitos do consumidor, atuando como um canal de comunicação entre os consumidores e as empresas, possibilitando a resolução de problemas e a satisfação dos consumidores.

Ao correlacionar os achados desta pesquisa, verificou-se que a Ouvidoria desempenha um papel crucial na concretização dos direitos do consumidor. Por meio do recebimento de manifestações e reclamações, a Ouvidoria possibilita o acesso dos consumidores a um canal de comunicação direto com as empresas e instituições, contribuindo para a solução de problemas e a melhoria dos serviços. Além disso, a Ouvidoria pode atuar como mediadora na resolução de conflitos, evitando a judicialização e promovendo a celeridade e efetividade na proteção dos consumidores.

Os resultados também indicam que a Ouvidoria desempenha um papel preventivo, na medida em que permite a identificação de problemas recorrentes e a implementação de ações corretivas por parte das empresas. Isso demonstra a importância de investir em estruturas eficientes de Ouvidoria, com profissionais capacitados e processos bem definidos.

É importante destacar algumas limitações que podem ter influenciado os resultados deste estudo. Primeiramente, a pesquisa foi realizada no âmbito bibliográfico, utilizando-se de dados secundários disponíveis em fontes já existentes. Isso pode ter gerado certa limitação em relação à abrangência e atualidade das informações obtidas. Além disso, a pesquisa exploratória não permitiu uma investigação aprofundada dos aspectos práticos e empíricos da atuação da Ouvidoria. Dessa forma, seria relevante complementar este estudo com pesquisas de campo que envolvam a coleta de dados primários e entrevistas com consumidores e profissionais da área.

Durante o desenvolvimento desta pesquisa, algumas dificuldades foram enfrentadas. A escassez de estudos específicos sobre a Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor foi um desafio, pois muitas das pesquisas existentes abordam o tema de forma mais ampla, envolvendo outros aspectos relacionados aos direitos do consumidor. Além disso, a falta de padronização dos dados disponíveis e a heterogeneidade das informações também

dificultaram a comparação e a análise dos resultados. Essas dificuldades ressaltam a importância de investimentos em pesquisas mais aprofundadas sobre o tema, visando preencher as lacunas existentes.

Considerando as limitações e dificuldades encontradas, sugere-se a continuidade desta pesquisa com o intuito de aprofundar o conhecimento sobre as contribuições da Ouvidoria como instrumento de concretização do Código de Defesa do Consumidor. Futuros estudos podem explorar aspectos práticos e empíricos, envolvendo a coleta de dados primários por meio de entrevistas, questionários e análise de casos reais. Além disso, é relevante investigar a efetividade das Ouvidorias em diferentes setores e regiões, considerando a diversidade de demandas e contextos. A análise comparativa entre diferentes modelos de Ouvidoria e sua relação com a satisfação do consumidor também representa uma área de pesquisa promissora. Essas investigações futuras contribuirão para o aprimoramento das práticas de atendimento ao consumidor e para a compreensão mais abrangente do papel da Ouvidoria na concretização dos direitos do consumidor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE OUVIDORES (ABO). **Código de Ética do Ouvidor/Ombudsman**. Proposta aprovada na Assembleia Geral Extraordinária, convocada para essa finalidade, realizada em Fortaleza - CE, no dia 11 nov. 2022. Disponível em: <https://www.abonacional.org.br/codigo-de-etica>. Acesso em: 03 mai. 2023

BATISTA JUNIOR, M. R. B. **Agências Reguladoras**. (2004). Disponível em: <https://www.jurisway.org.br/v2/dhall.asp?id_dh=11832>. Acesso em: 03 mai. 2023

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição Federal da República Brasileira de 1988. *In: VADE Mecum*. São Paulo: Saraiva: 2023.

BRASIL. Lei nº 3.071, de 1º de janeiro de 1916. Código Civil dos Estados Unidos do Brasil. *In: VADE Mecum*. São Paulo: Saraiva: 2023. E-book.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *In: VADE Mecum*. São Paulo Saraiva, 2023.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. *In: VADE Mecum*. São Paulo: Saraiva: 2023.

BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais. *In: VADE Mecum*. São Paulo: Saraiva, 2023.

BRASIL. Lei nº 13.460, DE 26 DE JUNHO DE 2017. Dispõe sobre participação, proteção e defesa dos direitos do usuário dos serviços públicos da administração pública. *In: VADE Mecum*. São Paulo: Saraiva, 2023.

BONZAN, F. **Direito do consumidor esquematizado**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

CAVALIERI FILHO, S. **Programa de direito do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

CAVALCANTI, M. B. Participação, Controle e Cidadania: um estudo sobre Ouvidorias Governamentais no Brasil. **Revista Administração Pública**, v. 44, n. 5, p. 1179-1203, 2010.

CROCCO, L. **Marketing: perspectivas e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2006

DEL MASSO, F. **Direito econômico esquematizado**. 4. ed. São Paulo: Método, 2016.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE E-COMMERCE (FEBRABAN). **Pesquisa Febraban de Tecnologia Bancária 2019: Ano-base 2018**. São Paulo: Deloitte, 2019a, 46 p.

Disponível em: <https://portal.febraban.org.br/pagina/3106/48/pt-br/pesquisa>. Acesso em: 07 mai. 2023.

FILOMENO, J. G. B. **Direitos do consumidor**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GIANCOLI, B. P. **Elementos do direito do consumidor**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2013.

GRINOVER, A. P. et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 11. ed. Rio de Janeiro, Forense, 2017.

LEITE, R. B. **Introdução ao direito do consumidor**: os direitos do consumidor e a aplicação do código de defesa do consumidor. São Paulo: LTr, 2002.

LORENZETTI, R. **Comércio eletrônico**. 4 ed. São Paulo. Editora Revista dos Tribunais, 2020.

MARCONDES, R. L. O mercado brasileiro do século XIX: uma visão por meio do comércio de cabotagem. **Revista Economia Política**. São Paulo, v.32 n.1 Jan-mar. 2012.

MARTINS, G. M. **Formação dos contratos eletrônicos de consumo via internet**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense, 2020.

MIRAGEM, B. **Curso de direito do consumidor** São Paulo: Revista dos tribunais, 2012.

NUNES, L. A. R. **Curso de Direito do Consumidor**. 11. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

OLIVEIRA, L. C. A. A Ouvidoria como instrumento de accountability no setor público. **Revista de Administração Pública**, v. 51, n. 3, p. 464-485, 2017.

PINHEIRO, Elaine Regiane D. **Desafios digitais no setor financeiro**: efeitos das tecnologias da informação e comunicação nas atividades bancárias no Brasil pós 2023. Bauru. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/193244>. Acesso em: 07 mai. 2023.

REINALDO FILHO, D. A infecção do sistema DNS: a nova modalidade de phishing e a responsabilidade do provedor. **Revista Lex do Direito Brasileiro**, São Paulo, n.16, jul/ago/2005. p. 30-35.

REINALDO FILHO, D. A responsabilidade dos bancos pelos prejuízos resultantes do phishing. *Revista Jus Navigandi*, Teresina, ano 13, n. 1836, 11 jul. 2008. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/11481>. Acesso em: 07 mai. 2023.

REQUIÃO, R. **Curso de direito comercial**. São Paulo: Saraiva, 2012.

REZENDE, E. M. S. Ombudsman: o controle da administração pública a partir da ação popular. **Revista Eletrônica de Direito do Estado**, Salvador, n. 12, p. 1-20, 2014.

RODRIGUES, E. de A. **Crimes contra as relações de consumo**: uma consequência da falta de fiscalização do poder público sob a análise do código de defesa do consumidor e da lei 8.137/90. Disponível em:< <http://periodicos.unifor.br/rpen/article/view/821>>. Acesso em: 07 mai. 2023.

SANTOS, L. C. Ouvidorias como instrumento de participação social e controle da administração pública. **Revista de Direito do Estado**, n. 22, p. 181-201, 2015.

SILVA NETO, O. C. **Comentários ao código de defesa do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2013.

SOUZA, F. C. M. A Ouvidoria como instrumento de accountability social no contexto da corrupção. **Revista de Administração Pública**, v. 52, n. 5, p. 974-993, 2018.

STAUB, G. A. **Informação, transparência e proteção do consumidor: análise da proteção de dados pessoais no direito do consumidor**. Santa Cruz do Sul: EdUNISC, 2015.

SECRETARIA NACIONAL DO CONSUMIDOR (SENAÇON). **Assuntos**. Disponível em: <https://www.gov.br/mj/pt-br/assuntos/seus-direitos/consumidor>. Acesso em: 07 mai. 2023.

SZEZEBICKI, A. S. **Os princípios gerais da ordem econômica brasileira**: avanços e efetividade desde a Constituição Federal de 1988. Disponível em: <http://epic.com.br/wp-content/uploads/2014/12/textdisc6.pdf>. Acesso em: 07 mai. 2023.

TORRES, C. **Bíblia do Marketing digital**. São Paulo: Novatec, 2009

WALD, A. O direito do consumidor e suas repercussões em relação às instituições financeiras, *In*: **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, RT, v. 666, abr, 1991, p. 7 - 17.

WAMBIER, L. R. Os Contratos bancários e o Código de defesa do Consumidor. *In*: **Revista de Direito do Consumidor**. São Paulo, RT, v. 18, mai./jun. 1996, p. 125-132.

WANDERLEY, M. O. M. **Fraude à norma de incidência**: reflexões jurídico tributárias São Paulo: EdIBET, 2009.