

Razões e respostas: um exame das demandas consumeristas no Juizado Especial Cível de Ponte Nova, MG (2013-2018)

Rafael Pacheco Lanes Ribeiro   ¹

Universidade Católica de Petrópolis – UCP – Petrópolis/RJ
E-mail: pachecolanes@gmail.com

Sandra Barbosa   ²

Faculdade Internacional Signorelli – Rio de Janeiro/RJ
E-mail: pedriita@hotmail.com

Resumo: O presente artigo analisou a judicialização da relação de consumo na cidade de Ponte Nova/MG, visando traçar o perfil das ações judicializadas naquela comarca. No intuito de mensurar os motivos que levaram à judicialização no período pesquisado, foi realizada uma análise do histórico do direito do consumidor brasileiro e dos princípios norteadores bem como, foi realizada uma pesquisa empírica de cunho quantitativo com aplicação de questionário estruturado sob os processos judiciais identificados nas pesquisas e posteriormente foram analisados os dados obtidos por meio de tabela Excel criada e configurada especificamente para este estudo, sob a qual foi aplicada a ferramenta “tabela dinâmica”, que viabilizou a análise do dados, por meio dos gráficos, quadros e tabelas que foram obtidos. Nos resultados, constatou-se que: na maioria dos casos, o cliente buscou a resolução de suas questões através dos canais de atendimento disponibilizados pelas empresas; a maior reclamação encontrada nos autos analisados foi a de vício no produto; e o produto mais demandado nas ações foi o telefone celular.

Palavras-chave: Direito do Consumidor; Judicialização do consumo; Juizados Especiais; Consumismo.

Reasons and responses: an examination of consumer demands in the Small Claims Court of Ponte Nova, MG (2013-2018)

Abstract: This article examined the judicialization of consumer relationships in the city of Ponte Nova, MG, with the aim of profiling the litigated actions in that jurisdiction. In order to assess the reasons that led to judicialization during the study period, an analysis of the history of Brazilian consumer law and its guiding principles was conducted. Additionally, an empirical quantitative research was carried out by employing a structured questionnaire applied to the identified judicial proceedings. Subsequently, the data obtained was analyzed using a specifically configured Excel

¹ Doutorando na Universidade Católica de Petrópolis (UCP). Mestre em Direito na Universidade Católica de Petrópolis (UCP). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5152-1143>.

² Graduação em Direito, UniViçosa. Pós-graduação, Direito administrativo, Faculdade Internacional Signorelli e em Direito eleitoral, Faculdade Futura. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-2101-4316>. Lattes CV: <http://lattes.cnpq.br/4260140930250897>. E-mail: pedriita@hotmail.com

spreadsheet for this study, incorporating the "pivot table" tool, which facilitated data analysis through graphs, charts, and tables. The results revealed that, in the majority of cases, customers sought resolution of their issues through the customer service channels provided by companies. The most common complaint found in the analyzed records was product defects, and the most demanded product in these legal actions was the cell phone.

Keywords: Consumer Law; Judicialization of consumption; Special Courts; Consumerism.

INTRODUÇÃO

O presente artigo tem por objetivo uma análise de demandas consumeristas no Juizado Especial Cível da Comarca de Ponte Nova, em Minas Gerais, no lapso temporal de 01 de dezembro de 2013 a 19 de dezembro de 2018, a fim de determinar quais seriam os motivos mais comuns que levam os consumidores a ingressarem em face das empresas que atuam no mercado pelo Grupo Econômico Via Varejo S/A e quais seriam as respostas por eles obtidas do Poder Judiciário.

Busca-se uma compreensão dessa judicialização das relações de consumo, que cresce a cada dia, no intento de averiguar possíveis soluções para a minimização das demandas e a resolução dos conflitos sem o desgaste gerado pelos litígios, tanto do consumidor quanto do empresário.

Para tanto, na primeira sessão, serão apontados breves esclarecimentos acerca do histórico dos direitos dos consumidores no Brasil, que ganhou grande repercussão com a promulgação da Constituição Cidadã, em 1988. Ademais, refletindo essa mesma constituição, preocupada com o cidadão, veremos os princípios criados como mecanismos de garantir a proteção dos vulneráveis em uma relação de consumo.

Em seguida, é descrito o método utilizado para a coleta dos dados, pelo qual foram inteiramente retirados do sítio eletrônico do Tribunal de Justiça de Minas Gerais mediante busca avançada de jurisprudência limitada aos anos de 2013 à 2018, posteriormente, foi aplicado questionário estruturado para análise das decisões encontradas, ato contínuo, foi confeccionada planilha de Excel com os dados coletados, sob a qual foi aplicada a ferramenta “tabela dinâmica” que viabilizou a leitura e interpretação dos dados por meio de gráficos, quadros e tabelas, em seguida, foram analisadas as considerações sobre a aplicação de questionário, fundamental para obtenção dos dados que serão analisados na última sessão.

Ao final, foram apresentados os resultados obtidos com a análise dos dados utilizados no estudo, buscando mensurar os motivos que levam os consumidores insatisfeitos a ingressar com as ações nos Juizados Especiais e a satisfação dos resultados obtidos na demanda judicial.

1. BREVE HISTÓRICO DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

Nesta sessão, é apresentada uma breve abordagem sobre a história do direito do consumidor brasileiro, sem a intenção de se esgotar o tema, bem como apresenta-se uma síntese dos princípios que norteiam o direito do consumidor no Brasil.

Além disso, abordar-se-á a criação dos Juizados Especiais Cíveis, que veio com o intuito de

descongestionar o poder judiciário, com o implemento de um sistema especializado e simplificado para dirimir as causas de menor complexidade, conhecido como “Juizado de Pequenas Causas”.

Por fim, foi abordado sobre a judicialização das relações de consumo, que tem sido projetada no judiciário de forma crescente, sendo o tema relevante para entender os resultados pretendidos pela presente pesquisa.

1.1. **Formação histórica e princípios do direito do consumidor no Brasil**

Em busca da garantia de proteção aos consumidores, a Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), em seu artigo 48, estabeleceu um prazo para que se promulgasse uma lei protetiva aos consumidores.

Em observância ao preceito legal versado em nossa Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), foi elaborado o Código de Defesa do Consumidor, popularmente conhecido pela sigla, CDC., em 11 de setembro de 1990 (BRASIL, 1990), com o intuito de intervir nas relações de consumo para a proteção do sujeito vulnerável e desigual na relação com o fornecedor, de modo a manter o equilíbrio e a igualdade nas relações.

Foram estabelecidos regras e princípios com intuito buscar um equilíbrio entre as partes que compõem a relação de consumo, que geralmente possuem uma grande disparidade por se tratar de pessoas físicas contratando com grandes monopólios empresariais.

Dentre esses princípios, temos o da Intervenção Estatal, previsto nos artigos 5º, inciso XXXII, e o artigo 170, ambos da Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), o qual determina que o Estado deve promover a defesa do consumidor.

Nesse mesmo sentido, há ainda o artigo 4º, II, Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990). Baseando-se nesse princípio, o Estado tem obrigação de atuar nas relações de consumo com a finalidade de proteger a parte mais vulnerável, a saber, o consumidor. Isto se dá por meio legislativo e administrativo. O objetivo maior é garantir o respeito aos interesses do consumidor. Assim, o Estado deve atuar diretamente, utilizando do seu poder de polícia, ou indiretamente, por meio de políticas governamentais.

A Política Nacional das Relações de Consumo prevista no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) estipula os objetivos, fundamentos e princípios fundamentais de uma política direcionada à concretização da defesa do consumidor, que conta com expressa previsão constitucional como responsabilidade do Estado. Referem-se a elementos e regras que devem ser aplicados e interpretados nas relações de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor trata-se de um microsistema jurídico que tutela os desiguais, considerando de maneira diferente fornecedor e consumidor com o fim de alcançar a igualdade material entre eles, buscando consagrar o princípio da isonomia, previsto no artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), que aduz: “todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza”.

Contudo, há de se encontrar formas de garantir o verdadeiro equilíbrio em meio a uma sociedade tão desigual, não podendo, em todas as situações, tratar a todos os indivíduos de maneira isonômica, sob o risco de aumentar suas desigualdades.

Montesquieu (1996, p.126) defende que, no estado da natureza, os homens nascem na igualdade, porém não podem permanecer nesse estado. A sociedade faz com que eles percam essa igualdade, a qual somente é reencontrada por intermédio das leis.

De acordo com o pensamento de Montesquieu (1996, p.127), o Estado (gênero) é responsável por buscar um equilíbrio entre os desiguais para que seja encontrada a efetiva igualdade, tão visada no mundo jurídico.

O Princípio do Equilíbrio foi o principal fundamento para a criação do Código de Defesa do Consumidor. Ele tem como objetivo a busca da igualdade substancial, pois, perante o fornecedor, o consumidor é vulnerável.

Sendo assim, a busca por uma igualdade deve sempre nortear o legislador e o magistrado no momento de interpretá-las e aplicá-las, conforme se extrai do Recurso Especial de Minas Gerais nº: 90366/1997 (BRASIL, 1997), interposto junto ao Superior Tribunal de Justiça (STJ), sendo que: “O Código de Defesa do Consumidor veio amparar a parte mais fraca nas relações jurídicas. Nenhuma decisão judicial pode amparar o enriquecimento sem justa causa. Toda decisão há de ser justa”.

O consumidor é visto pelo legislador como a parte vulnerável dentro da relação de consumo, pois a vulnerabilidade é multifária, decorrendo ora da atuação dos monopólios e oligopólios, ora da carência de informação sobre qualidade, preços, crédito e outras características dos produtos e serviços. Não bastasse isso, o consumidor ainda é cercado por uma publicidade crescente, não estando, ademais, tão organizado quanto os fornecedores (GRINOVER, 2007, p.7).

O Princípio da Vulnerabilidade, ratificado no artigo 4º, inciso I da Lei 8.078/90 (BRASIL, 1990), determinando quais relações contratuais estarão sob a égide dessa lei e de seu sistema de combate ao abuso. Não se pode confundir vulnerabilidade e hipossuficiência, pois esta é uma marca pessoal, limitada a alguns, ou até mesmo a uma coletividade, mas nunca a todos os consumidores, enquanto aquela abrange todos os consumidores.

Moraes (2009, p.125), ao versar sobre a vulnerabilidade do consumidor, prescreve:

Vulnerabilidade, sob o enfoque jurídico, é, então, o princípio pelo qual o sistema jurídico positivado brasileiro reconhece a qualidade ou condição daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo, tendo em vista a possibilidade de que venham a ser ofendidos ou feridos na sua incolumidade física ou psíquica, bem como no âmbito econômico, por parte dos sujeitos mais potentes na mesma relação.

Outro princípio de igual relevância é o da dignidade do consumidor, que é considerada uma consequência do princípio constitucional da dignidade da pessoa humana, uma das garantias fundamentais previstas no artigo 5º da Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), estando a saúde e a segurança do consumidor ininterruptamente ligadas ao princípio da dignidade. Fazendo com que, o direito do consumidor adquira viés constitucional.

No caput do artigo 4º, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), em sua estrutura defensora e protecionista, busca-se assegurar de forma plena, com intervenção estatal no domínio econômico, o atendimento às legítimas necessidades dos consumidores, impedindo a sua degradação em virtude de práticas abusivas de comerciantes/fornecedores, ou ainda, a obtenção excessiva de lucros por estes, visando assim, garantir a devida integridade do patrimônio do consumidor.

Pelo princípio da Garantia de Adequação, previsto no artigo 4º, inciso II, alínea “d” e inciso V, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), a plena adequação dos produtos e serviços à segurança e à qualidade, que é o objetivo do sistema de proteção do consumidor, deve respeitar seus interesses econômicos, visando à melhoria da qualidade de vida.

Deve o fornecedor cooperar na relação a fim de que o consumidor possa alcançar as suas expectativas, facilitando os meios para que ele possa adimplir o contrato. No entanto, se houver inadimplemento por parte do fornecedor, poderá o consumidor, pelo princípio do Acesso à Justiça, expresso no artigo 4º, alínea a, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), judicializar demanda para satisfazer o seu direito de usar, gozar e fruir do bem que lhe pertence.

Pelo Princípio da Informação, com previsão no Artigo 4º, inciso IV do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), responsabiliza-se os fornecedores e comerciantes pelo esclarecimento dos direitos e deveres dos consumidores, com vistas a harmonizar a relação de consumo e de tornar ilegal qualquer ato ou procedimento que atente contra o direito à informação do consumidor, estabelecendo que as informações devem ser amplas, substanciais, extensivas a todos os aspectos da relação de consumo.

O fornecedor tem a obrigação de assegurar a boa execução do contrato, colocando o produto ou serviço no mercado de consumo em perfeitas condições de uso ou fruição (DENARI, 2007, p.210).

Conforme o artigo 4º, incisos II, VI e VII do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), o Princípio do Dever Governamental esclarece que o Estado deverá, por iniciativa direta, incentivar a criação e o desenvolvimento de associações, garantindo no mercado de consumo produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade.

No artigo 5º, XXXII e Art. 170 da Constituição da República Federativa do Brasil (BRASIL, 1988), determina-se o zelo pelo Estado, por isso PROCON e judiciário fiscalizam o direito do consumidor.

As relações de consumo possuem essencialmente três fases: a pré-venda, o ato da venda e a pós-venda. Em todas as etapas, o fornecedor tem deveres e direitos em relação ao consumidor e, para evitar possíveis lides processuais, ele deve: conhecer os direitos garantidos ao consumidor; os direitos e os deveres de sua empresa dentro de uma relação de consumo, além de gerenciar as provas que podem ser usadas em um litígio.

O Princípio da Boa-fé objetiva prescreve a necessidade de compreensão, respeito e cooperação entre as partes nas relações contratuais. Garcia (2008, p.41) define tal princípio como um conjunto de padrões éticos de comportamento, como lealdade, honestidade e colaboração, que devem ser seguidos pelos contratantes em todas as etapas do contrato, desde a criação até a sua extinção.

Marques (2014, p.98-99), ao versar sobre a boa-fé contratual, preceitua, que a:

[...]boa-fé objetiva significa, portanto, uma atuação ‘refletida’, uma atuação refletindo, pensando no outro, no parceiro contratual, respeitando-o, respeitando seus interesses legítimos, suas expectativas razoáveis, seus direitos, agindo com lealdade, sem abuso, sem obstrução, sem causar lesão ou desvantagem excessiva, cooperando para atingir o bom fim das obrigações: o cumprimento do objetivo contratual e a realização dos interesses das partes.

Portanto, entende-se que o fornecedor deve agir com boa-fé em relação ao consumidor, educando-o, informando-o quanto às práticas e políticas da empresa, evidenciando, assim, o princípio da boa-fé-objetiva, que deve ser respeitado por todas as partes e em todas as etapas da relação de consumo.

Numa eventual solução de conflitos entre princípios, faz-se necessário o equilíbrio na busca pelo princípio que deve preponderar no inerente caso em análise e, de forma alguma, será taxativa a análise realizada, haja vista que, em situações diferentes, o mesmo conflito poderá gerar a preponderância de outro princípio, pois os princípios trazem deveres a serem implementados ao máximo possível, devendo ser relativizados dependendo da análise do julgador, mas jamais podem ser declarados inválidos ou inaplicáveis.

1.2. Criação dos Juizados Especiais Cíveis para dirimir as causas de menor complexidade

Em meio à busca de direitos que atendam às necessidades por justiça rápida e eficiente, foi implementado o preceito constitucional com a Lei 9.099/95, que disciplina os Juizados Especiais Cíveis e Criminais no âmbito dos Estados (BRASIL, 1995).

O artigo 9º da Lei nº. 9.099/95 dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais (BRASIL, 1995) e ainda demonstra a facilidade concedida às partes, capacidades processuais admitidas dispendo sobre as causas de valor até 20 (vinte) salários-mínimos, possibilitando o comparecimento pessoal e, ainda, podendo ser assistidos por advogados ou não. De acordo com Silvério (2009, p.8), “nesta lei, estão resguardados os princípios dos juizados, sendo eles: a oralidade, simplicidade, informalidade, economia processual e celeridade”, deixando os processos mais acessíveis a todos.

Para o recebimento das ações nos Juizados Especiais Cíveis, é preciso atentar-se para os que não podem ser partes, como o incapaz, o preso, as pessoas jurídicas de Direito público, as empresas públicas da União, a massa falida, o insolvente civil e os cessionários de Direito de pessoas jurídicas.

A Lei 9.099/05 (BRASIL, 1995) também traça limites referentes ao valor da causa, que não poderá ser superior a 40 (quarenta) salários-mínimos, sendo ainda imprescindível a contratação de defesa técnica nas causas com valor superior a 20 (vinte) salários-mínimos. Quanto aos pedidos, estes devem ser certos e determinados, inclusive os que versam sobre indenização e danos morais. Salienta-se que não englobam causas de natureza alimentar, falimentar e aquelas relativas a acidentes de trabalho e, ainda, causas que são em desfavor de entes públicos.

O recurso contra a sentença proferida pelo juiz do juizado é julgado pela Turma Recursal, que é um órgão colegiado formado por três juízes (não é composta por Desembargadores), que tem a função de julgar os recursos contra as decisões proferidas pelo juiz do juizado. Funciona como instância recursal na estrutura dos Juizados Especiais.

Com a facilidade de acesso à justiça, após o advento da lei 9.099/95 (BRASIL, 1995), as demandas consumeristas tornaram-se mais comuns, trazendo à tona as mais diversas reclamações a respeito das grandes empresas, como, por exemplo, as tratadas no presente estudo.

Segundo o relatório apresentado pelo Conselho Nacional de Justiça (BRASIL, 2018),

foram demandadas nos Juizados Especiais, no ano de 2017, 1.234.983 (um milhão duzentos e trinta e quatro mil e novecentos e oitenta e três) ações judiciais que versavam sobre direito do consumidor, representando 15,15% (quinze vírgula quinze por cento), e ocupando o primeiro lugar no ranking de demandas daquele ano, com números expressivos, que representam o dobro do segundo colocado. Pela turma recursal, em primeiro lugar, apareceu novamente o Direito do Consumidor, Responsabilidade do Fornecedor/Indenização por Dano Moral 144.754 (cento e quarenta e quatro mil e setecentos e cinquenta e quatro) ações demandadas, representando o total de 11,95%.

As grandes empresas, buscando auferir lucros cada vez mais altos, estão deixando de se preocupar com seus processos de produção, visando apenas à quantidade de produtos fabricados, e não à boa qualidade do que é apresentado a seus consumidores, aumentando o número de demandas judiciais que buscam reparações por prejuízos com o produto eivado de vício ou está defeituoso.

Para Capelletti (1988, p.12) “o acesso à justiça pode, portanto, ser encarado como o requisito fundamental - o mais básico dos direitos humanos - de um sistema jurídico moderno e igualitário que pretenda garantir, e não apenas proclamar os direitos de todos”. Ao acabar com a problemática de acesso à justiça por aqueles excluídos, trabalhando com problemas concretos e aproximando a sociedade do poder judiciário, utilizando um caminho menos rebuscado, porém eficaz, os Juizados Especiais Cíveis consolidam a prestação jurisdicional ao mesmo tempo em que despertam na população um sentimento de justiça.

A simplificação dos procedimentos e a criação de vias alternativas de Justiça atendem a valores de economia e celeridade, bem como possibilitam a acessibilidade à Justiça por uma maioria desprivilegiada.

1.3. **Judicialização das relações de consumo**

Para entender a judicialização nas relações de consumo faz-se necessário compreender o conceito de fornecedor, consumidor e produto, que são os elementos da relação de consumo.

O Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), no art. 2º, utiliza dois verbos: “adquirir” e “utilizar”, demonstrando que consumidor não é apenas a pessoa física ou jurídica que celebra um contrato com o fornecedor, mas também quem utiliza o produto ou serviço, estando na qualidade de consumidor equiparado, vejamos (BRASIL, 1990): “Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”.

Explicando o conceito de consumidor, Santana (2019, p, 53) define: “A acepção comum do termo “consumidor” está ligada à pessoa que adquire, possui ou utiliza qualquer bem da vida para uma satisfação pessoal, excluindo a sua utilização em atividade de intermediação empresarial”. Nesse ínterim, o caput do art. 2º, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), define que o consumidor pode ser pessoa física ou jurídica. É a pessoa que se assenhora de um bem a fim de satisfazer um desejo pessoal, não podendo ser considerado consumidor aquele que adquire algo com o intuito de utilizar como instrumento de sua atividade empresarial.

Podemos verificar que, em determinados casos concretos, o judiciário reconhece que pequenas empresas ou determinados profissionais liberais poderiam ser considerados consumidores,

desde que comprovada a vulnerabilidade no caso concreto em situações de consumo intermediário, ou seja, eles consomem para reempregar o bem ou serviço na sua atividade econômica. É o finalismo aprofundado, conforme uma interpretação no STJ no Resp. 1.195.642/RJ (BRASIL, 2012), com base no art. 29 do Código de Defesa do Consumidor.

A Lei 8.078/90 (BRASIL, 1990) no seu artigo 3.º, prescreve que fornecedor é:

toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

Sob o ponto de vista econômico, o fornecedor é aquele agente que exerce sua atividade, sendo mentor e executor do fornecimento que chega ao consumidor, com característica profissional, com capacitação e habitualidade para o fornecimento dentro de suas possibilidades. É o fornecedor que realiza contratos com outros profissionais no sentido de implementar seus processos de produção a fim de prover o mercado em relações de consumo.

O artigo 3º, §1º, do Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990) estabelece que “produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”. Assim, podemos considerar como produto um processo produtivo realizado por alguém com o intuito de dar ao consumidor o bem da vida almejado.

Nesse sentido, vejamos a explicação de Héctor Valverde Santana (2019, p.75):

Vale dizer que determinado bem da vida somente será considerado produto, na acepção consagrada pelo Direito do Consumidor, se for introduzido no mercado de consumo por um sujeito de direito denominado fornecedor (art. 3º, caput, do CDC) para atender às necessidades de outro sujeito de direito, o destinatário final, denominado consumidor (arts. 2º, caput e parágrafo único 17 e 29, todos do CDC).

Pode-se concluir que produto é algo feito e colocado no mercado com o objetivo de obter lucro, tendo o liame necessário – fornecedor e consumidor. Diante das considerações apresentadas, o presente estudo tem por objetivo principal analisar o perfil dos casos de Judicialização das Relações de Consumo na cidade de Ponte Nova - MG, levando-se em conta as demandas envolvendo três empresas que se encontram registradas sob o mesmo CNPJ, as quais fazem parte de um grupo empresarial, composto por Nova Casa Bahia S/A, Globex Utilidades S/A e Via Varejo S/A.

Empresas como as supracitadas, em busca da manutenção no mercado, optam por vendas em massa com redução nos custos dos seus produtos/serviços, que afetam diretamente a qualidade do que é posto à disposição dos consumidores.

Com o foco voltado para a venda em grandes quantidades, e não na qualidade, as empresas varejistas colocam à disposição no mercado produtos, muitas vezes, de baixa qualidade. Em face das dificuldades econômicas para o exercício do direito reclamado, parte dos consumidores afetados pela má qualidade dos produtos ou serviços suporta o prejuízo justamente porque a procura pela indenização importará em gastos maiores que o prejuízo sofrido, nem sempre compensados pelo fornecedor.

Com o advento da Lei 9.099/95 (BRASIL, 1995), o acesso à justiça foi facilitado para o consumidor, dispensando-lhe do pagamento de custas e honorários de sucumbência. Os Juizados Especiais trouxeram, ainda, a faculdade de contratação de defesa técnica, exigindo-a apenas nas

causas em que o valor ultrapasse a 20 (vinte) salários-mínimos.

No entanto, tais facilitações tendem a gerar uma disparidade entre as partes, pois a parte que comparece desassistida de um profissional técnico (advogado) tem uma diminuição no equilíbrio da lide, não por vontade legal, mas por desconhecimento técnico quanto às vicissitudes da seara processual, além do que, na maioria das vezes, a empresa será representada por advogado.

Os setores jurídicos das empresas, por muitas vezes, enviam prepostos que não são treinados para a especificidade do direito do consumidor e não estão cientes da reclamação que ensejou a demanda, não sendo capazes de combater com propriedade as alegações dos usuários, ou mesmo, as decisões judiciais prolatadas.

A segurança das relações de consumo está resguardada na Lei 8.078/90 (BRASIL, 1990), no qual encontram-se estabelecidas as normas de ordem pública na defesa e no interesse social conforme previsão constitucional delimitada.

A lei consumerista atribui responsabilidades aos fornecedores e aos comerciantes pelos produtos e serviços colocados no mercado, garantindo ao consumidor o direito de exigir a qualidade do que lhe é ofertado.

2. CARACTERIZAÇÃO DO CAMPO DA PESQUISA

O estudo foi realizado no Juizado Especial de Ponte Nova, no Estado de Minas Gerais, no qual foram observadas empresa que fazem parte de um grupo econômico. As empresas estão presentes em mais de 400 (quatrocentos) municípios brasileiros, 20 (vinte) estados e no Distrito Federal, com cerca de 1000 (mil) lojas e aproximadamente 45000 (quarenta e cinco mil) colaboradores, estando entre as maiores varejistas de eletroeletrônicos do mundo.

Em dezembro de 2009, o Grupo Pão de Açúcar adquiriu a Casas Bahia e transferiu sua unidade de varejo para a Globex Utilidades S.A. No começo de 2012, a Globex Utilidades oficialmente trocou a razão social para Via Varejo S/A e assumiu a nova identidade corporativa, sendo está a analisada no presente estudo.

Em 2018, conforme o demonstrativo financeiro disponível em seu sítio eletrônico (VIA VAREJO, 2018), a receita bruta registrada pelas empresas foi o maior patamar da história da companhia, alcançando a marca de R\$ 30,6 bilhões. Já a receita líquida consolidada foi de R\$26,9 bilhões, 5,0% acima de 2017, tendo um crescimento de 10,7% em relação ao ano de 2017.

2.1. Estratégia metodológica

A pesquisa se deu por um estudo de caso, no qual, inicialmente fez-se uma revisão e sistematização da legislação aplicada ao tema consumidor, por meio de pesquisa interdisciplinar, abordando conceitos e normas previstos no direito constitucional, civil, processual civil, na Lei 9.099/95 (BRASIL, 1995) e no direito do consumidor, com vertente jurídico-normativa e sociológica, pois realizou-se uma análise de princípios, normas e decisões.

Trata-se, ainda, de pesquisa qualitativa, quantitativa e descritiva, que utilizou acordos, sentenças e acórdãos proferidos pelo Juizado Especial Cível da comarca de Ponte Nova, Minas

Gerais, no período de 01 de dezembro de 2013 a 19 de dezembro de 2018.

Essa limitação temporal se justifica pela entrada em vigor da PORTARIA CONJUNTA Nº 312/2013 (BRASIL, 2013) em Recomendação à Resolução nº 121, de 05 de outubro de 2010 (BRASIL, 2010), do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), que dispõe sobre a divulgação de dados processuais eletrônicos na rede mundial de computadores e sobre a expedição de certidões judiciais, possibilitando verificar todos os julgamentos realizados pelos juízes de primeira instância. As decisões são disponibilizadas de maneira pública e gratuita para consulta e download em formato portátil de documento (PDF) em sua íntegra, mediante a pesquisa por padrões que o site disponibiliza para o interessado.

Visando a análise das demandas judiciais em face do grupo econômico, foram levantadas e analisadas decisões de mérito em primeiro grau de jurisdição: acordos, sentenças e acórdãos proferidos pela Turma Recursal responsável pela comarca.

Os acordos, sentenças e acórdãos foram identificados e analisados pela numeração única do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), bem como pela data (dia/mês/ano) (BRASIL, 2013).

A partir dos acordos, sentenças e acórdãos apresentados pelo sistema de buscas do TJMG, foi realizado o download em PDF de cada um dos acordos, sentenças e acórdãos, sendo posteriormente verificados, um a um, para conferência de que o grupo econômico fazia parte de um dos polos processuais (requerente e requerido: recorrente e recorrido).

Identificada a participação da empresa em um dos polos processuais, foi realizado o download do acordo, sentença ou acórdão na íntegra e arquivado em banco de dados. Foi obtido o número de 22 (vinte e dois) acordos, 62 (sessenta e duas) sentenças e 17 (dezessete) acórdãos. Posteriormente, foram nomeados os acordos, as sentenças e os acórdãos selecionados pela numeração única do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) e organizados cronologicamente por data do julgamento³.

Em momento oportuno, para a extração dos dados desejados provenientes dos acordos, sentenças e acórdãos, foi desenvolvido formulário próprio para o estudo⁴, inspirado no trabalho desenvolvido por RIBEIRO, 2018.

O formulário utilizado traz 20 (vinte) questionamentos relevantes para a análise e identificação do perfil da judicialização em face do grupo econômico ora em estudo. A fim de viabilizar a análise e interpretação, foi aplicado o recurso Tabela Dinâmica do Excel sobre todos os dados tabulados. Com isso, possibilitou-se a elaboração de tabelas de maneira individualizada para mais de uma das questões, fornecendo dados precisos e seguros, viabilizando a sua análise e interpretação.

Presume-se que o presente estudo se refere à quase totalidade dos acordos, sentenças e acórdãos prolatados no período definido e que se encontram disponibilizados pública e gratuitamente para consulta, verificação e download, embora haja probabilidade de o sistema de buscas do TJMG não ter identificado a totalidade dos acordos, sentenças e acórdãos findos.

³ A numeração de todos os processos analisados pode ser verificada, para tanto o leitor deve solicitar acesso por meio do e-mail, entrando em contato com os autores.

⁴ Em vista ao número máximo de páginas, não foi possível anexar o formulário neste artigo, caso o leitor tenha interesse em consultá-lo, o leitor deve solicitar acesso por meio do e-mail, entrando em contato com os autores.

O presente estudo possibilitou traçar o perfil da judicialização da Relação de Consumo na Comarca de Ponte Nova, os argumentos utilizados pelas partes, os argumentos que fundamentam as decisões proferidas pelos magistrados e se estas decisões se encontram fundamentadas nas Leis, nas normas e jurisprudências do Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais e dos Tribunais Superiores (STJ e STF), bem como nas recomendações do Conselho Nacional de Justiça (CNJ) que orientam o tema.

3. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta sessão, serão apresentados os resultados obtidos a partir da análise de acordos, sentenças e acórdãos, todos referentes a ações ajuizadas no Juizado Especial Cível da Comarca de Ponte Nova em Minas Gerais, entre 01 de dezembro de 2013 a 19 de dezembro de 2018, nos quais uma das três empresas, componentes de um mesmo grupo econômico, inscritas sob o mesmo CNPJ, a saber, Nova Casas Bahia S/A, Globex Utilidades S/A e Via Varejo S/A, era parte no processo.

3.1. Apresentação das empresas analisadas

As empresas objeto da pesquisa encontram-se relacionadas no mesmo Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica e atuam no comércio varejista sob o nome de Casas Bahia, Ponto Frio e Bartira, mantendo milhares de lojas físicas espalhadas por todo o país, além das plataformas *e-commerce* “pontofrio.com”, “casasbahia.com”, “extra.com.br” e “barateiro.com”.

O grupo econômico opera sob o nome de Via Varejo S/A (VIAVAREJO, 2018), cuja sede está localizada em São Caetano do Sul, no estado de São Paulo, e possui forte representação em todo o país, contando com 1066 (mil e sessenta e seis) lojas físicas, espalhadas pelo Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do Brasil, segundo informações de seu sítio eletrônico⁵.

Além dos estabelecimentos físicos, a Via Varejo S/A (VIAVAREJO, 2018) trabalha com os sites comerciais proporcionando a seus clientes a opção de compras online, sem precisar se deslocar às lojas mais próximas, conseguindo, assim, atingir a um público extraordinariamente maior, pois, nas regiões onde não há lojas físicas, os clientes têm a opção de compras online, mercado que cresce mais a cada dia em nosso país.

Com forte representação no ramo de comércio de eletroeletrônicos, eletrodomésticos, telefonia celular, móveis, dentre outros, as empresas vinculadas à Via Varejo S/A (VIAVAREJO, 2018) possuem canais de atendimentos a seus clientes a fim de resolver, administrativamente, quaisquer questões relacionadas às falhas na prestação de seus serviços ou da existência de vícios ou defeitos em seus produtos.

Embora tenham disponibilizados os canais de atendimento aos clientes, incontáveis são as demandas propostas, especialmente nos Juizados Especiais Cíveis, a fim de reclamar dos serviços prestados ou dos produtos recebidos nas compras realizadas nessas lojas e em seus sites.

Surge, então, a relevância da presente pesquisa, que busca tentar desvendar quais seriam

⁵ <http://ri.viavarejo.com.br/>

as falhas comumente cometidas pela Via Varejo (VIAVAREJO, 2018) que ensejam as demandas judiciais, quais as respostas que os consumidores vêm obtendo do judiciário e apresentar uma possível solução para tentar minimizar os litígios propostos em face do grupo econômico.

3.2. Especificação dos dados utilizados

Para o estudo, foram selecionados 22 (vinte e dois) acordos, 62 (sessenta e duas) sentenças e 17 (dezesete) acórdãos, todos, pelo menos em sua origem, relacionados ao Juizado Especial da Comarca de Ponte Nova, retirados do site do Tribunal de Justiça de Minas Gerais.

Insta salientar que alguns acórdãos remetem à Turma Recursal de Viçosa, também em Minas Gerais, em razão da transferência dos julgamentos de 2ª Instância dos processos do Juizado Especial de Ponte Nova para a cidade vizinha, Viçosa.

As decisões foram baixadas, em sua íntegra, em documentos PDF do site do Tribunal de Justiça de Minas Gerais, tendo sido pesquisados no campo “pesquisa livre”, com “pesquisa de inteiro teor” e o período da publicação, entre 01 de dezembro de 2013 a 19 de dezembro de 2018.

Após a seleção das decisões do juízo, foram aplicados questionários para tentar obter respostas quanto aos 20 (vinte) quesitos elaborados no intuito de tentar identificar os motivos que levaram os clientes a ingressarem judicialmente em desfavor das empresas e quais seriam os resultados obtidos no judiciário nas demandas analisadas.

Buscou-se encontrar um padrão tanto no ajuizamento quanto nas decisões proferidas, além de observar as decisões em segunda instância, se houve manutenção ou modificação das decisões *a quo*, bem como as vantagens e desvantagens ao realizar acordo nas audiências de conciliação realizadas no Juizado Especial Cível de Ponte Nova.

3.3. Principal motivo para ajuizamento das ações

Primeiramente, é importante destacar que, na maioria dos casos analisados (conforme Tabela 01), das 101 (cento e uma) decisões, em 67 (sessenta e sete) delas, correspondendo a 66,34% dos casos, o Requerente, antes da judicialização, procurou os meios de comunicação disponibilizados para atendimento aos clientes para tentar solucionar a questão de forma administrativa; enquanto que apenas 12 (doze) dos requerentes, numa percentagem de 11,8% (onze vírgula oito por cento), procuraram primeiramente pela via judicial. Em 22 (vinte e duas) decisões, ou seja, em 21,78% (vinte e um vírgula setenta e oito por cento), não foi possível identificar na decisão se o Requerente procurou pela via administrativa.

Apesar de manter canais de atendimento, como o SAC (Serviço de Atendimento ao Cliente), em todas as suas marcas, percebe-se que, amiúde, apesar de o consumidor haver tentado o contato administrativo, esse serviço restou ineficaz, não deixando alternativa ao consumidor senão propor a ação judicial.

Dos 101 (cento e um) casos analisados, foi possível identificar, como mostrado na Tabela 01, que, em 67 (sessenta e sete), o Requerente, antes do ajuizamento da ação, procurou o setor administrativo da empresa a fim de ter seu problema solucionado de forma harmoniosa, sem que

houvesse a necessidade de acionar a justiça.

Contudo, mesmo incentivando os clientes a procurar seus serviços de atendimento ao consumidor, as empresas têm encontrado muita dificuldade em solucionar o problema de forma satisfatória, fazendo com que o número de processos instaurados em seu desfavor tenha aumentado vertiginosamente.

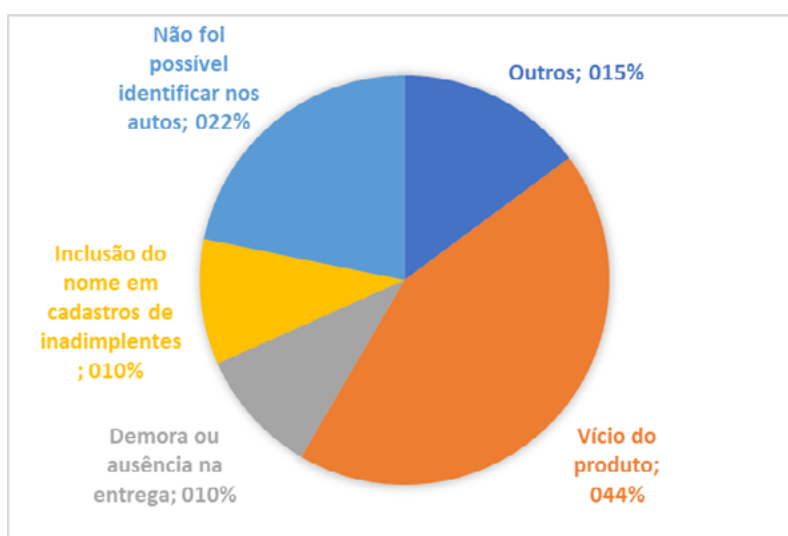
Os motivos que levaram os consumidores a ingressar na justiça em desabono do grupo econômico divergem, tendo sido constatado, após a análise dos dados, que o mais comum é a existência de vício no produto adquirido, conforme se observa no Gráfico 02. Em 43,56% das reclamações, referem-se ao vício do produto, seguida por 14,85% de outros motivos variados, como defeitos, qualidade do produto, alteração no valor do produto, entre outros que representaram por si só um percentual muito pequeno, totalizando 15 decisões.

Insta salientar que o vício do produto é quando o objeto não atende aos fins para o qual foi fabricado, é uma imperfeição do produto que atinge apenas a sua qualidade, o seu valor de mercado, não atingindo a integridade do consumidor, apenas seu capital.

Para Roberto Basillone Leite (2002, p.139), a conceituação de vício é sucinta; ele aduz que são “as imperfeições que tornam o produto (art.18) ou serviços (art.20) impróprias ou inadequadas ao consumo a que se destina”.

Outro dos motivos averiguados na análise dos dados e com o mesmo percentual foi a demora ou a ausência na entrega dos produtos, bem como a inclusão do nome dos consumidores nos cadastros de pessoas inadimplentes, tendo, cada um deles, 9,90% de representação, 10 (dez) decisões. Em 22 (vinte e dois) casos, não foi possível identificar quais eram as reclamações, por tratar-se de acordos homologados em juízo sem que houvesse a especificação, conforme informações constantes no Gráfico 02 a seguir:

Gráfico 01 – Qual o motivo da reclamação?



FONTE: elaborado pelos autores

A forte concorrência entre as empresas na atualidade estimulou a produção em massa, movimentando o mercado econômico e, por isso, as relações de consumo fazem parte da vida e do

cotidiano das pessoas, fazendo com que o direito do consumidor encontre cada vez mais espaço, mostrando a necessidade das empresas em se adequar ao novo modelo de “troca de mercadorias”.

No que tange aos produtos que ensejaram a judicialização consumerista, temos que, conforme a apresentação da Tabela 02, dentre os 101 (cento e um) casos, foi possível a identificação do produto em 47 (quarenta e sete) processos, sendo o Telefone Celular o que aparece em primeiro lugar e representa um percentual de 15,84% dos casos, 16 (dezesesseis) das decisões analisadas.

Em segundo lugar, aparece o Refrigerador em 12 (doze) casos, num total de 11,88%. No terceiro e quarto lugar, aparecem empatados: Televisor e Móveis, os dois com 09 (nove) casos, representando 8,91% dos casos analisados.

Tem-se que 31 (trinta e uma), decisões foram agrupadas como outros por representar um índice variado e muito baixo de percentual em meio à seleção realizada. Nos 22 (vinte e dois) acordos homologados em juízo, não foi possível identificar nos autos o produto que ensejou a judicialização e representam, na Tabela 02, 21,78% dos casos.

Tabela 01 – Qual o produto ensejou a judicialização?

| | QTD. | % |
|--|------------|----------------|
| Telefone celular | 16 | 15,84% |
| Refrigerador | 12 | 11,88% |
| Cartão de crédito | 2 | 1,98% |
| Televisor | 9 | 8,91% |
| Móveis | 9 | 8,91% |
| Outros | 31 | 30,69% |
| Não foi possível identificar nos autos | 22 | 21,78% |
| Total Geral | 101 | 100,00% |

FONTE: Elaborado pelos autores

Percebe-se que, mesmo não sendo o fabricante dos produtos, atuando apenas na comercialização destes, o grupo econômico Via Varejo é sempre acionado para os litígios que versam sobre o vício dos produtos que transaciona.

O Código de Defesa do Consumidor (BRASIL, 1990), em seu artigo 18, define a responsabilidade solidária dos comerciantes com os fornecedores dos produtos duráveis ou não duráveis, nos casos em que há vício e não defeito do produto.

Portanto, entende-se legítimo o pleito dos consumidores em face do Grupo Econômico, que, mesmo não sendo o fabricante dos produtos que comercializa, possui responsabilidade solidária a estes, pois assim determina a legislação consumerista em nosso país.

3.4. Respostas do judiciário ao pleito do consumidor

Outro ponto relevante abordado na pesquisa é o fato de que, em 68 (sessenta e oito) decisões, em um percentual de 67,33%, houve a restituição do bem ou do valor pago pelos Requerentes, deixando claro que o pedido formulado inicialmente foi julgado total ou parcialmente procedente, seguido por 24 (vinte e quatro) decisões, que representam 23,76% de casos nos quais o consumidor não teve o seu pleito atendido, enquanto que, em apenas 09 (nove) decisões, num total de 8,91, não foi possível identificar se o judiciário deu resposta aos pedidos formulados pelo Requerente.

Tabela 02 – Houve restituição de valores ou do bem?

| | QTD. | % |
|--|------------|----------------|
| Sim | 68 | 67,33% |
| Não | 24 | 23,76% |
| Não foi possível identificar nos autos | 9 | 8,91% |
| Total Geral | 101 | 100,00% |

FONTE: Elaborado pelos autores

Nota-se que, para que a demanda seja julgada total ou parcialmente procedente, a fim de determinar a restituição do valor ou do bem, o pedido formulado pelo consumidor inicialmente era legítimo, havendo algum motivo para a reclamação dos produtos ofertados ou dos serviços prestados.

O número de clientes que demanda judicialmente contra essas empresas após terem entrado em contato por vias administrativas, Tabela 01, é praticamente o mesmo do número de demandas em que são determinadas as devoluções de valores pagos ou a substituição de bens aos consumidores.

Se a varejista oferta serviços de atendimento ao cliente para a solução de eventuais falhas na prestação de seus serviços, deveria, naturalmente, reduzir o número de demandas judiciais, assim os clientes (consumidores) teriam seus problemas resolvidos de forma administrativa.

Contudo, percebe-se que os sistemas de comunicação empresa/cliente do Grupo Econômico em questão, não vêm obtendo resultados satisfatórios, destacando-se a necessidade de atentar-se para os sistemas administrativos de resolução das questões, a fim de tentar minimizar o número de demandas judiciais que causam grandes prejuízos a essas empresas.

Ponto relevante na análise das demandas se dá no que tange aos pedidos relacionados ao dano moral. Embora tenha se pleiteado, na maioria dos casos, a condenação do Grupo Econômico ao pagamento de indenização pelos danos morais vivenciados pelos consumidores, percebe-se que o juízo, embora na maioria dos casos tenha determinado a devolução dos bens ou valores, não possui uma consolidação quanto ao pleito indenizatório.

Tabela 03 – Na sentença em 1º grau o dano moral foi?

| | QTD. | % |
|--|------------|----------------|
| Procedente | 36 | 35,64% |
| Improcedente | 40 | 39,60% |
| Não foi possível identificar nos autos | 25 | 24,75% |
| Total Geral | 101 | 100,00% |

FONTE: Elaborado pelos autores

Percebe-se, com a análise dos dados, que não é possível traçar uma constante no que tange ao dano moral, isto porque as condenações, embora procedentes no pleito de restituição, não seguem a mesma proporção quanto ao dano moral.

Na Tabela 04, o dano moral representa 35,64% dos 36 (trinta e seis) casos analisados, sendo julgados procedentes, ou seja, o consumidor teve o seu pedido atendido pelo juiz de primeira instância, haja vista que no Juizado Especial há a possibilidade de recursos que são julgados pela Turma Recursal (2ª instância), na qual 03 (três) juízes analisarão a sentença declarada pelo juiz *a quo*, que não poderá participar desse novo julgamento e chegarão a um acordo, chamado tecnicamente de acórdão.

Dentre as decisões analisadas, 40 (quarenta) delas, isto é, 39,60%, o juiz *a quo*, julgou improcedente o pleito do Requerente em relação ao dano moral, isto é, o autor do pedido não obteve êxito na sua demanda. Em 25 (vinte e cinco) decisões, ou seja, 24,75%, não foi possível identificar se o dano moral foi requerido ou estipulado.

4. CONCLUSÃO

Conforme analisado durante este estudo, as empresas e fornecedores não oferecem ao usuário, de forma integral e com clara as informações, as respostas aos anseios do consumidor e o justo motivo da negativa em solucionar as pendências referentes ao produto adquirido.

Nesse diapasão, as empresas não têm se utilizado das ferramentas adequadas para prevenir a judicialização e, quando ela ocorre, não se utiliza de recursos inerentes, peculiares, específicos e individualizados a cada caso, capazes de combater com veemência as alegações dos usuários e/ou mesmo as decisões judiciais proferidas.

Por meio da análise dos dados, constatou-se que a empresa, na maioria das vezes, figurou no polo passivo da relação, deixando claro que o êxito no juízo *a quo* bem como no juízo *ad quem* é insignificante para as empresas em vista da demanda observada.

Logo, é possível concluir que a prática das empresas analisadas é a de negar o procedimento administrativo, e quando o usuário procura a via judicial, utiliza-se da negativa de figurar no polo passivo sob alegação de não ter responsabilidade pela fabricação do produto, pois apenas repassam mercadorias num comércio irresponsável e desorganizado.

Ao contrário, preferem arcar com o ônus de uma demanda judicial que não representa índices estratosféricos diante do lucro obtido a adequar seus procedimentos aos padrões legais e

jurisprudenciais. Mais que estruturar, deve evoluir no atendimento das reclamações daquele que é peça fundamental para a própria existência das empresas, o consumidor.

Os setores jurídicos das empresas, por muitas vezes, enviam prepostos que não são treinados para a especificidade do direito do consumidor e não estão cientes da reclamação que ensejou a demanda, não sendo capazes de combater com propriedade as alegações dos usuários, ou mesmo as decisões judiciais prolatadas.

Contudo, a realização de estudos e publicações sobre o tema não é o bastante. Recomenda-se, sobretudo, considerar os direitos, deveres, ônus e bônus dos cidadãos, dando importância a todos os fatores decorrentes quando da movimentação da máquina judiciária.

Por todo o exposto, é possível constatar que o aumento exponencial e preocupante da judicialização da relação de consumo ocorre por ambiguidades cometidas pelas empresas no sentido de não resolver os problemas do consumidor pela via administrativa, por meio de Serviços de Atendimento aos Consumidores realmente eficazes, formados e imbuídos na preservação dos direitos do consumidor.

Entende-se que cada um dos envolvidos necessita repensar seus valores teóricos e suas práticas para que sejam garantidas a venda de produtos e a satisfação do consumidor, que é o agente que fomenta o mercado de consumo e, por conseguinte, a economia, alimentando a sua expectativa em relação ao bem adquirido, porquanto aquecer o mercado e manter a economia é um direito e dever das partes integrantes dessa relação, queira no polo passivo ou ativo, todos deverão contribuir.

Bem como, entende-se que deve necessariamente, haver um recrudescimento das sanções judiciais e administrativas aplicadas aos casos analisados, pois o que se verifica é que, como dito anteriormente, as sanções impostas pelo judiciário não são capazes de coibir a atitude negligente e muitas vezes leviana, pois os valores impostos a título educativo/coercitivo, são irrisórios em face do lucro anual obtido pelo conglomerado analisado.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Antônio Herman; MARQUES, Claudia Lima; BESSA, Leonardo Roscoe. **Manual do Direito do Consumidor**. 5. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2014. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5712489/mod_folder/content/0/Manual%20de%20Direito%20do%20Consumidor%20-%20Benjamin%2C%20Marques%20e%20Bessa.pdf. Acesso em: 20 out. 2023.

BRASIL. Conselho Nacional de Justiça. **Justiça em números 2018**. Disponível em: <https://www.cnj.jus.br/wpcontent/uploads/conteudo/arquivo/2018/08/44b7368ec6f888b383f6c3de40c32167.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2019.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 22 out. 2023.

_____. Lei 9.099, de 26 de setembro de 1995. **Dispõe sobre os Juizados Especiais Cíveis e Criminais e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19099.htm. Acesso em: 25 out. 2023.

_____. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/

18078compilado.htm . Acesso em: 25 de out. 2023.

_____. Resolução 121/2010 do Conselho Nacional de Justiça, de 05 de outubro de 2010. **Dispõe sobre a divulgação de dados processuais eletrônicos na rede mundial de computadores, expedição de certidões judiciais e dá outras providências.** Disponível em: <https://atos.cnj.jus.br/atos/detalhar/atos-normativos?documento=92> . Acesso em: ago. 2019.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº: 1195642/RJ, Relator Ministra Nancy Andrighi, DJe 13/11/2012. Disponível em: <https://www.stj.jus.br/websecstj/cgi/revista/REJ.cgi/ATC?seq=25733695&tipo=5&nreg=201000943916&SeqCgrmaSessao=&CodOrgaoJgdr=&dt=20121121&formato=PDF&salvar=false> . Acesso em: 22 de out. 2023.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Recurso Especial nº: 90366/MG, Relator Ministro Luiz Vicente Cernicchiaro, DJe 02/06/1997. Disponível em: https://jurisprudencia.s3.amazonaws.com/STJ/IT/RESP_90366_MG_1249762455163.pdf?AWSAccessKeyId=AKIARMMD5JEA067S-MCVA&Expires=1698240082&Signature=iMnuHrjpmYAWqrE9qNnEoZcN33I%3D . Acesso em: 25 out. 2023.

_____. Tribunal de Justiça do Estado de Minas Gerais. Portaria Conjunta nº312/2013, de 10 de outubro de 2013. **Institui o sistema de Publicação de Sentenças, Decisões e Despachos na rede mundial de computadores, no âmbito da justiça de 1ª Instância do Estado de Minas Gerais.** Disponível em: <https://www8.tjmg.jus.br/institucional/at/pdf/pc03122013.pdf> . Acesso em: 27 jul. de 2019.

CAPELLETTI, Mauro. **Acesso à Justiça.** Trad. Ellen Gracie Northfeet. Porto Alegre: Fabris, 1988. Disponível em: <https://www.irib.org.br/app/webroot/publicacoes/diversos003/pdf.PDF> . Acesso em: 24 out. 2023.

GARCIA, Leonardo de Medeiros. **Direito do consumidor: código comentado, jurisprudência, questões, decreto 2.181/97.** 4. Ed. Niterói, RJ: Impetus, 2008.

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

MONTESQUIEU, Charles Louis de Secondat, Baron de, 1689-1755. O espírito das Leis / Montesquieu; apresentação Renato Janine Ribeiro; **tradução Cristina Murachco.** - São Paulo: Martins Fontes, 1996. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7703960/mod_resource/content/1/Montesquieu-O-espírito-das-leis_completo.pdf . Acesso em: 25 out. 2023.

MORAES, Paulo Valério dal Pai Moraes. **Código de Defesa do Consumidor: o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade e nas demais práticas comerciais - interpretação sistemática do Direito.** Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2009.

RIBEIRO, R.P.L. **Judicialização da saúde suplementar: estudo de caso.** Rio de Janeiro; Ágora21, 2019.

SANTANA, Héctor Valverde. **Dano moral no direito do consumidor.** 3ª edição revista e atualizada. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2019.

SILVERIO, Karina Peres. **Acesso à Justiça.** ETIC- Encontro Toledo de Iniciação Científica - ISSN 21-76-8498, v. 4, n. 4, 2008. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/1898>. Acesso em: 25 out. 2023.

VIAVAREJO. **Resultados 4T18e2018.** Rio de Janeiro: [s.n.]. Disponível em: https://mz-filemanager.s3.amazonaws.com/ce9bff9f-fb19-49b9-9588-c4c6b7052c9c/file_manager/54d7669d-f587-4dd0-a645-c7da0cfd1c5/resultados_4t18.pdf . Acesso em: 24 out. 2023.

WATANABE, Kazuo et al. **Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1991.

Recebido em: 13.09.2023

Aprovado em: 17.10.2023

Última versão dos autores: 27.12.2023

Informações adicionais e declarações do autor (integridade científica)

Declaração de conflito de interesses: os autores confirmam que não há conflitos de interesses na condução desta pesquisa e na redação deste artigo. **Declaração de autoria:** todos e somente os pesquisadores que cumprem os requisitos de autoria deste artigo são listados como autores; todos os coautores são totalmente responsáveis por este trabalho em sua totalidade. **Declaração de originalidade:** os autores garantiram que o texto aqui publicado não foi publicado anteriormente em nenhum outro recurso e que futuras republicações somente ocorrerão com a indicação expressa da referência desta publicação original; também atestam que não há plágio de terceiros ou autoplágio.

Como citar (ABNT Brasil): RIBEIRO, Rafael. P. L.; MUCCI, Sandra B. O. **Razões e respostas:** um exame das demandas consumeristas no Juizado Especial Cível de Ponte Nova, MG (2013-2018). JURIS - Revista Da Faculdade De Direito, 32 (1). <https://doi.org/10.14295/juris.v32i1.15965>



Os artigos publicados na Revista Juris estão licenciados sob a Licença [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0)