

OBSERVATÓRIO JUSTIÇA

CENTRO DE ALTOS ESTUDOS

RELATÓRIO DO PROJETO “PRÁTICAS INVESTIGATIVAS” – SEMESTRE 2011.1 Linha de Pesquisa: DIREITO DO CONSUMIDOR NA INTERNET

Por Asdrubal Nascimento Lima Júnior¹,
Matheus Passos Silva²
Fabrícia Faleiros Pimenta³

1) INTRODUÇÃO

O projeto “Práticas Investigativas”, implantado nas Unidades Taguatinga e Guará da Escola de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade Projeção, tem como objetivo fazer com que os alunos do curso de Direito realizem pesquisas de campo sobre temas de interesse geral e que, ao final do semestre, seja produzido um relatório no qual é apresentada a análise do resultado de tais pesquisas.

No semestre acadêmico 2011.1, o projeto “Práticas Investigativas” trabalhou com cinco linhas de pesquisa conforme abaixo:

- 1) Direito do consumidor na internet;
- 2) Lei de Execução Penal;
- 3) Liberdade religiosa;
- 4) Políticas públicas;
- 5) Relações homoafetivas.

Somando-se todas as linhas de pesquisa, foram aplicados no Distrito Federal aproximadamente seis mil questionários pelos alunos do primeiro semestre do curso de Direito das duas Unidades acima citadas, sendo que, em média, cada questionário continha 12 (doze) perguntas.

2) METODOLOGIA DE PESQUISA

Empregamos o questionário “Práticas Investigativas – Direito do consumidor na internet” como instrumento de aproximação e sondagem do sujeito pesquisado que nos possibilitou coletar dados sobre como a população se relaciona com questões vinculadas à percepção da sociedade brasileira sobre como e/ou o quê o consumidor deve ou pode fazer ao realizar compras pela internet – fato este cada vez mais comum e corriqueiro em nossa sociedade. Nesse sentido, a coleta de dados no projeto “Práticas Investigativas” levou em consideração a importância da aplicabilidade do conteúdo visto pelos alunos nas aulas de Ciências Jurídicas no meio social em que vivem, trazendo *in loco* situações

¹ Diretor da Escola de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade Projeção.

² Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Produção Científica da Escola de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade Projeção.

³ Professora do curso de Direito da Escola de Ciências Jurídicas e Sociais da Faculdade Projeção.

que os futuros bacharéis em Direito vão enfrentar no decorrer da carreira profissional com a finalidade de tornar o estudo do Direito acessível ao aluno por meio da prática aplicada desde o início de seu curso.

O projeto foi posto em prática mediante a aplicação de questionários, sendo todas as questões objetivas. Sommer e Sommer, citados por Günther (2003, p. 16), afirmam que as perguntas fechadas “mostram frequentemente mais respeito à opinião das pessoas, deixando-as classificar suas respostas como positivas, negativas ou neutras, em vez do pesquisador fazer isto para elas”. O uso do questionário, portanto, teve como objetivo proporcionar aos entrevistados a oportunidade de se expressar de forma espontânea e consciente. Ainda no que diz respeito à metodologia da pesquisa, Günther (2003, p. 1) afirma que o levantamento de dados por amostragem, ou *survey*, assegura melhor representatividade e permite generalização para uma população mais ampla, sendo que o questionário é o instrumento principal para o levantamento de dados por amostragem.

O preenchimento do questionário foi voluntário e identificado, sem, contudo, deixar de se assegurar a privacidade e a imagem dos entrevistados, bem como lhes proporcionar maior espontaneidade ao expressar suas opiniões e impressões (LUDKE; ANDRÉ, 1986, p.39). Os entrevistados preencheram os questionários individualmente, não tendo havido nenhuma cooperação ou discussão prévia acerca do tema com os alunos.

Rodrigues (2007, p. 31) afirma que ao efetuar uma pesquisa, “o método quantitativo, considerando a contribuição para a ampliação do conhecimento sobre a área escolhida, deve ser considerado como uma opção importante a ser adotada, constituindo-se numa base confiável para outros pesquisadores.” Para que os dados coletados pudessem apresentar maior credibilidade, a participação dos alunos foi voluntária, e também para a apuração dos resultados obtidos contamos com a disposição e interesse de determinado grupo de alunos que se dispuseram a concluir este trabalho.

3) ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos dados sociais da linha de pesquisa “Direito do consumidor na internet” nos mostra um universo pesquisado que engloba, majoritariamente, pessoas que moram na principal área de atuação da Faculdade Projeção: a maioria dos entrevistados – 70% – mora nas três maiores cidades do Distrito Federal, Taguatinga, Ceilândia e Samambaia (respectivamente 38%, 21% e 11% dos entrevistados). Já em relação à faixa salarial há claro predomínio de pessoas que fazem parte da classe média: 64% dos entrevistados recebem de um a cinco salários mínimos – ou seja, com renda declarada de até R\$ 2.725,00 (dois mil, setecentos e vinte e cinco reais).

Em relação ao nível educacional percebe-se que apenas 23% dos entrevistados possuem nível superior completo ou pós-graduação, enquanto que 20% possuem nível superior incompleto. Pouco mais de um terço dos entrevistados (37%) possui apenas nível médio completo, e apenas 12% dos entrevistados por esta linha de pesquisa possuem nível médio incompleto.

No que diz respeito à faixa etária percebe-se predomínio de jovens – 40% dos entrevistados afirmaram ter entre 16 e 25 anos. Já em relação ao sexo, nesta linha de pesquisa houve empate, com 50% de homens e 50% de mulheres.

Ao entrarmos nas questões específicas sobre o tema, logo na primeira questão a maioria dos entrevistados – 54% – afirmou comprar produtos e/ou contratar serviços pela internet. Os produtos que mais se destacam no comércio eletrônico é o de compra de

produtos eletrônicos, com 52% das respostas dadas pelos entrevistados, e o valor do maior número de produtos comprados – 31% – se situa na faixa acima de R\$ 300,00 (trezentos reais). Esses dados parecem refletir um bom grau de confiança dos consumidores, já que a maioria investe um valor considerável para a compra de produtos pela internet. Contudo, chama a atenção o fato de que 71% dos entrevistados afirmam que consideram arriscadas as transações ocorridas pela internet. Este dado é curioso, pois mesmo considerando a compra arriscada, boa parte dos consumidores investe, em média, valores superiores a R\$ 300,00.

Apenas 25% dos entrevistados já tiveram problemas com produtos comprados pela internet. Dentre os problemas apresentados, dois se destacam: o não recebimento do produto, com 31% dos entrevistados escolhendo esta opção, e o recebimento do produto fora do prazo estipulado pela companhia, com 38% das respostas. Destaca-se ainda que 21% dos entrevistados receberam o produto com defeito, e 10% afirmaram que o produto recebido não era condizente com o pedido.

A maioria dos entrevistados – 57% – afirmou que a melhor forma de solucionar um problema é procurar a empresa e negociar uma possível troca. Apenas 19% sugeriram procurar o PROCON e registrar uma reclamação, enquanto que apenas 10% procurariam diretamente o poder Judiciário e promoveriam uma ação judicial. As respostas obtidas podem indicar um alto grau de tentativa de conciliação entre consumidor-empresa para a solução dos conflitos. Catorze por cento dos entrevistados não fariam nada, arcando com o prejuízo.

Quando da existência de um problema, 43% dos entrevistados afirmaram que não foi fácil e/ou não deu resultado contatar a empresa para solucionar o problema, enquanto que 40% afirmaram que não tiveram problema em fazer tal contato. Surpreende o fato de que 18% dos entrevistados que tiveram problemas nunca tentaram solucioná-lo junto à empresa.

Oitenta e oito por cento dos entrevistados já ouviram falar no Código de Defesa do Consumidor (CDC). Porém, é surpreendente o fato de que 12% dos entrevistados nunca ouviram falar do CDC, mesmo com este instituto jurídico sendo existente há 21 anos. Dos 88% que conhecem o CDC, 33% já ouviu falar do mesmo, mas não sabem quais direitos estão ali garantidos. Trinta e um por cento conhecem alguns dos direitos e 13% conhece a maioria dos seus direitos, mas apenas 11% acham que os mesmos são efetivamente garantidos. Daqueles que conhecem o CDC, a maioria – 55% – acredita que o mesmo pode ser aplicado diretamente nas relações de compra e venda feitas pela internet, sendo que 31% acreditam que ele não se aplica integralmente não por serem relações diferentes daquelas feitas de maneira presencial – opção escolhida por 14% dos entrevistados –, mas porque o CDC possui falhas.

A maioria dos entrevistados – 66% – acredita que o CDC cumpre apenas em parte o seu papel de proteger o consumidor, enquanto que aqueles que acreditam que ele cumpre completamente seu papel e aqueles que acreditam que ele precisa ser reformulado correspondem, respectivamente, a 18% e 17% dos entrevistados.

Por fim, como sugestões de medidas adequadas para trazer segurança às relações ocorridas pela internet, 37% defenderam a criação de um órgão especializado em fiscalizar e implementar a segurança do espaço da internet, enquanto que 20% sugeriram a alteração do Código Penal de forma a criar penas específicas para os crimes cometidos pela internet. Outras opções escolhidas pelos entrevistados foram a de se criar uma identidade digital (16%) e a intensificação da fiscalização pela polícia (20%). Apenas 6% dos entrevistados considera que a alteração do CDC consiga trazer segurança às relações comerciais digitais, enquanto que 11% afirmaram não haver nada a se fazer a

não ser o usuário ter mais cuidado no momento de contratar os serviços e/ou comprar os produtos.

À guisa de conclusão da linha de pesquisa “Direito do consumidor na internet”, as ideias centrais da pesquisa podem ser sintetizadas nos itens abaixo:

- 1) Boa parte da sociedade costuma comprar produtos e/ou contratar serviços pela Internet e a grande maioria das compras é de produtos eletrônicos.
- 2) Embora não acreditem na segurança das transações feitas pela internet, a média de gastos com produtos comprados pela internet atinge cifras com valores acima de R\$ 300,00 (trezentos reais).
- 3) A maioria da sociedade nunca teve problema nessa modalidade de compra.
- 4) A maior incidência de problemas mais comuns nas compras pela internet é pela questão da entrega do produto fora do prazo combinado.
- 5) A maioria dos consumidores que têm problemas nas compras pela internet busca a conciliação com as empresas, ou seja, esses consumidores entendem que a atitude correta a ser tomada na hipótese de um problema é procurar a empresa responsável e negociar uma possível troca.
- 6) A maioria dos consumidores conhece o Código de Defesa do Consumidor, mas sabe apenas parcialmente quais os direitos protegidos.
- 7) Para grande parte dos consumidores, o CDC cumpre em parte o seu papel protetor do consumidor, mas entendem que é preciso criar um órgão especializado em fiscalizar e implementar a segurança do espaço da Internet.

4) APRESENTAÇÃO GRÁFICA DOS RESULTADOS

4.1) DADOS SOCIAIS DOS ENTREVISTADOS

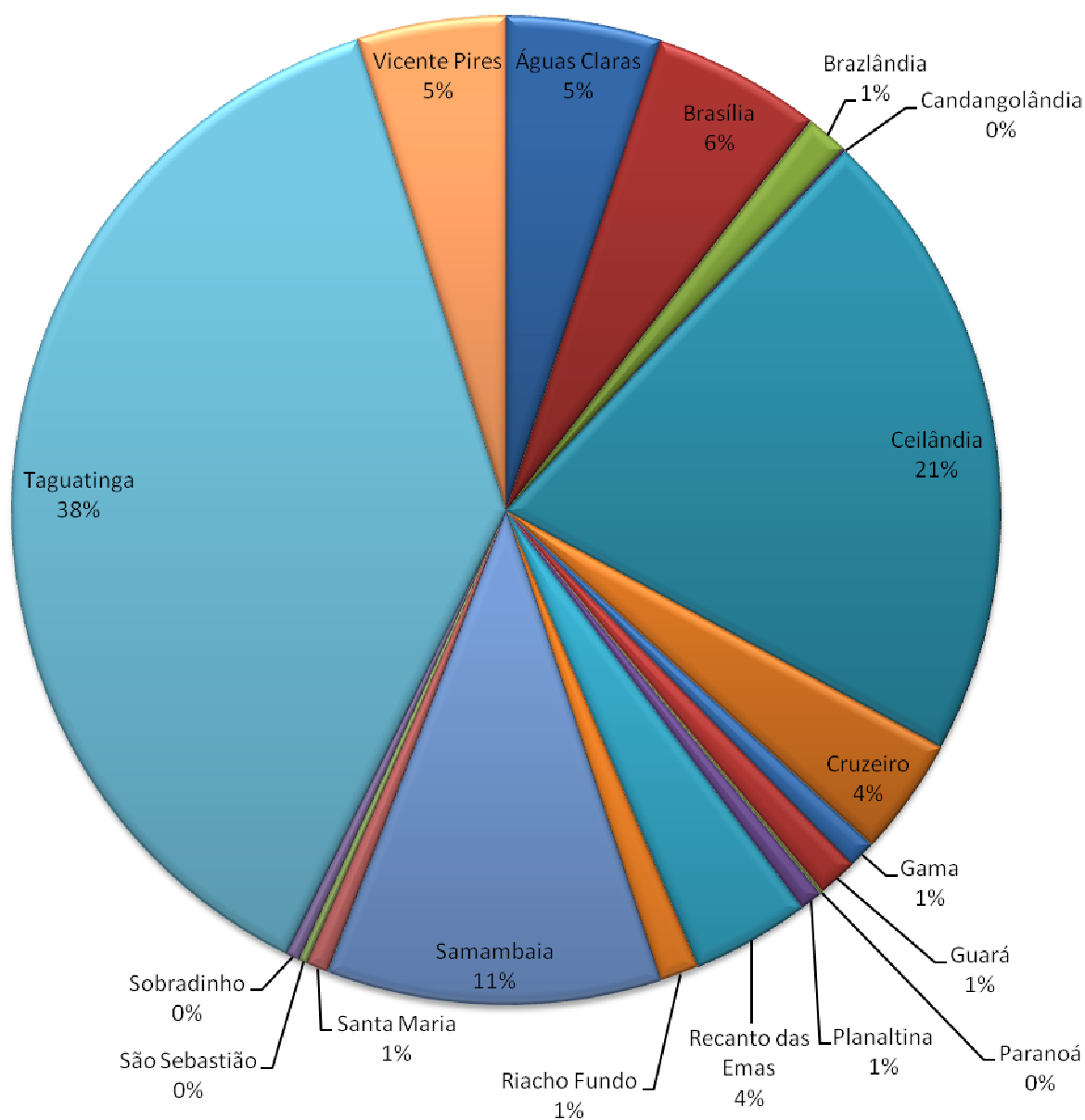
O questionário apresenta, em seu cabeçalho, questões vinculadas aos indicadores sociais dos entrevistados. Foram apresentadas cinco perguntas, em sequência, cujos resultados estão apresentados a seguir.

01 – Área em que mora

Região Administrativa do Distrito Federal	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Águas Claras	55	5%
Brasília	60	6%
Brazlândia	15	1%
Candangolândia	1	0%
Ceilândia	228	21%
Cruzeiro	42	4%
Gama	10	1%
Guará	14	1%
Paranoá	1	0%
Planaltina	8	1%
Recanto das Emas	42	4%
Riacho Fundo	14	1%
Samambaia	119	11%
Santa Maria	8	1%

RELATO DE PESQUISA

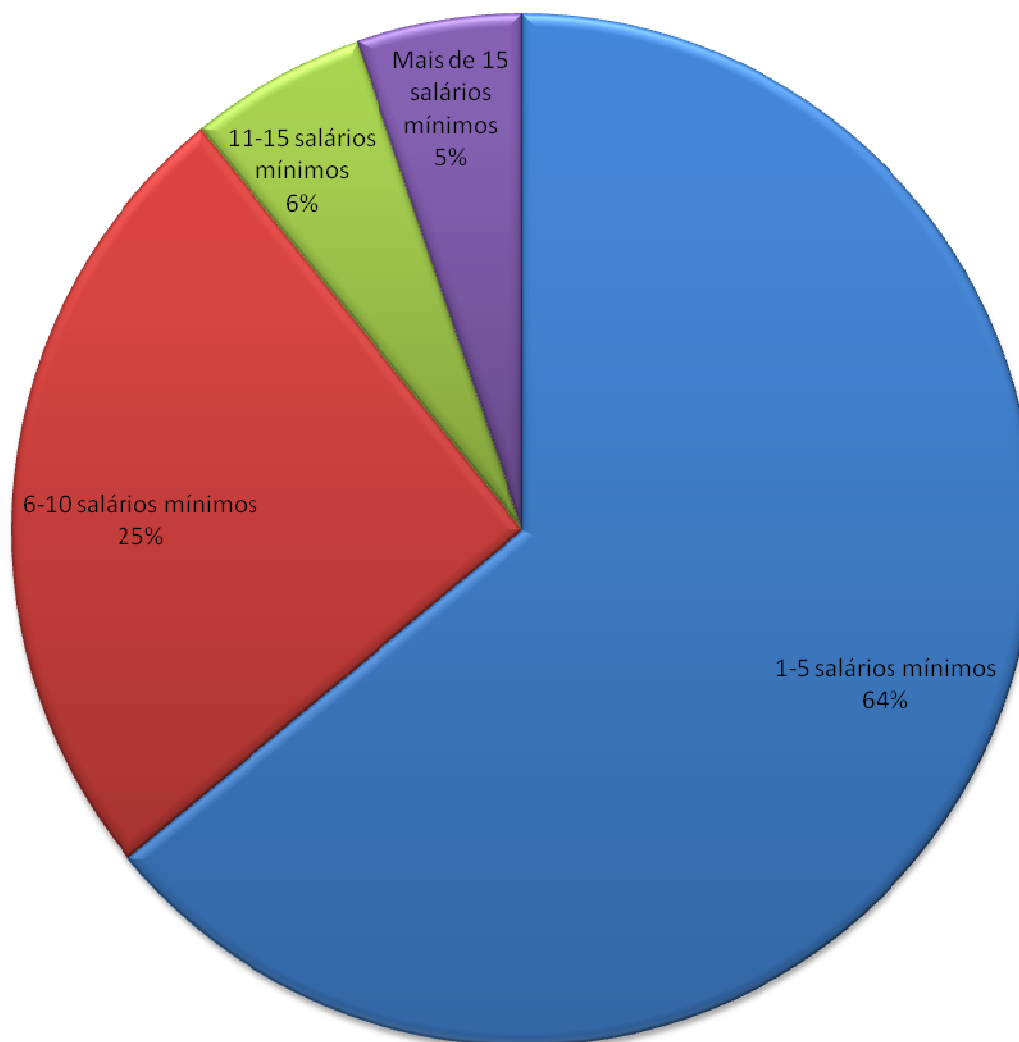
São Sebastião	3	0%
Sobradinho	5	0%
Taguatinga	412	38%
Vicente Pires	53	5%
TOTAL	1090	100%

Área em que mora

02 – Faixa salarial

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
1-5 salários mínimos	698	64%
6-10 salários mínimos	274	25%
11-15 salários mínimos	61	6%
Mais de 15 salários mínimos	57	5%
TOTAL	1090	100%

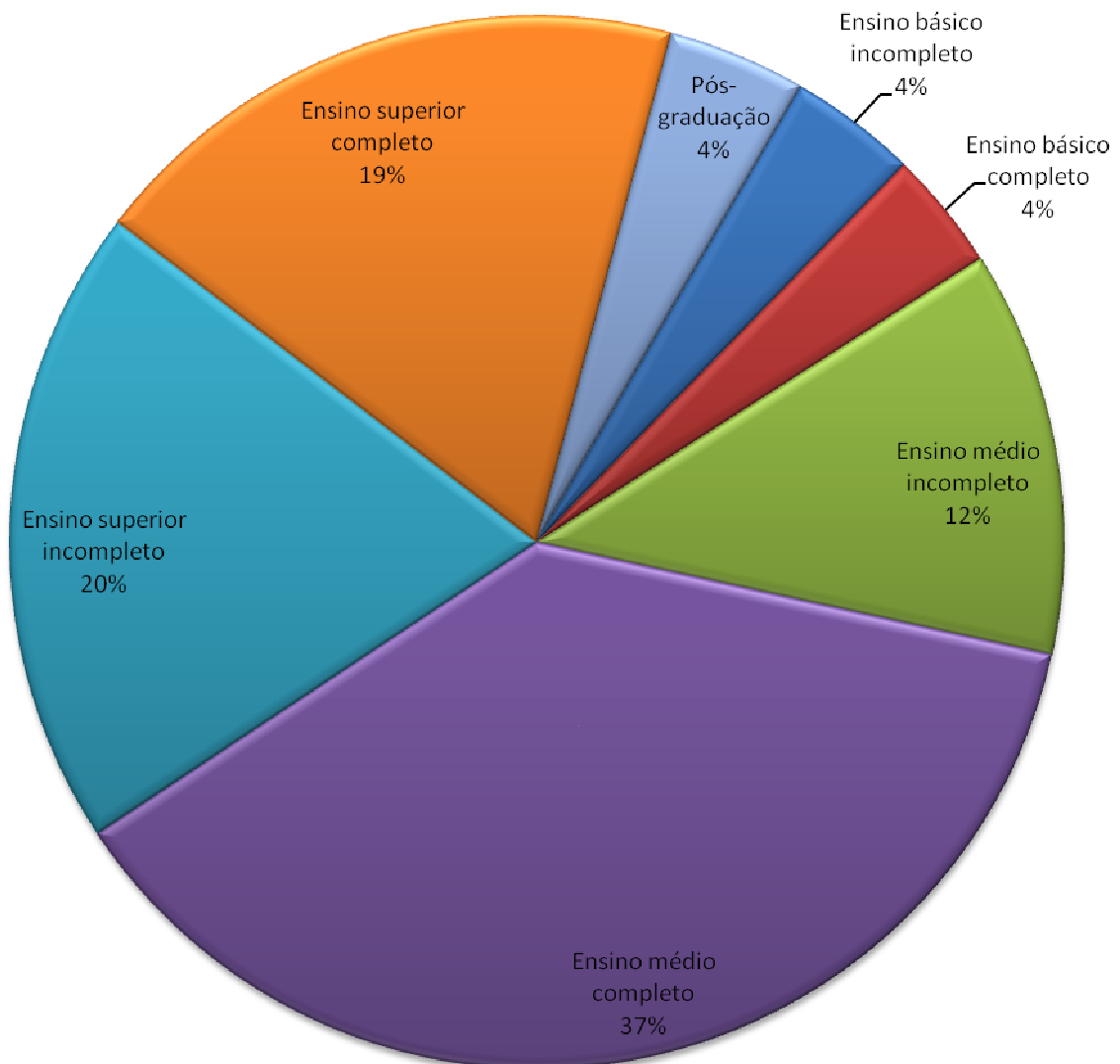
Faixa salarial



03 – Nível educacional

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Ensino básico incompleto	43	4%
Ensino básico completo	40	4%
Ensino médio incompleto	136	12%
Ensino médio completo	406	37%
Ensino superior incompleto	215	20%
Ensino superior completo	204	19%
Pós-graduação	46	4%
TOTAL	1090	100%

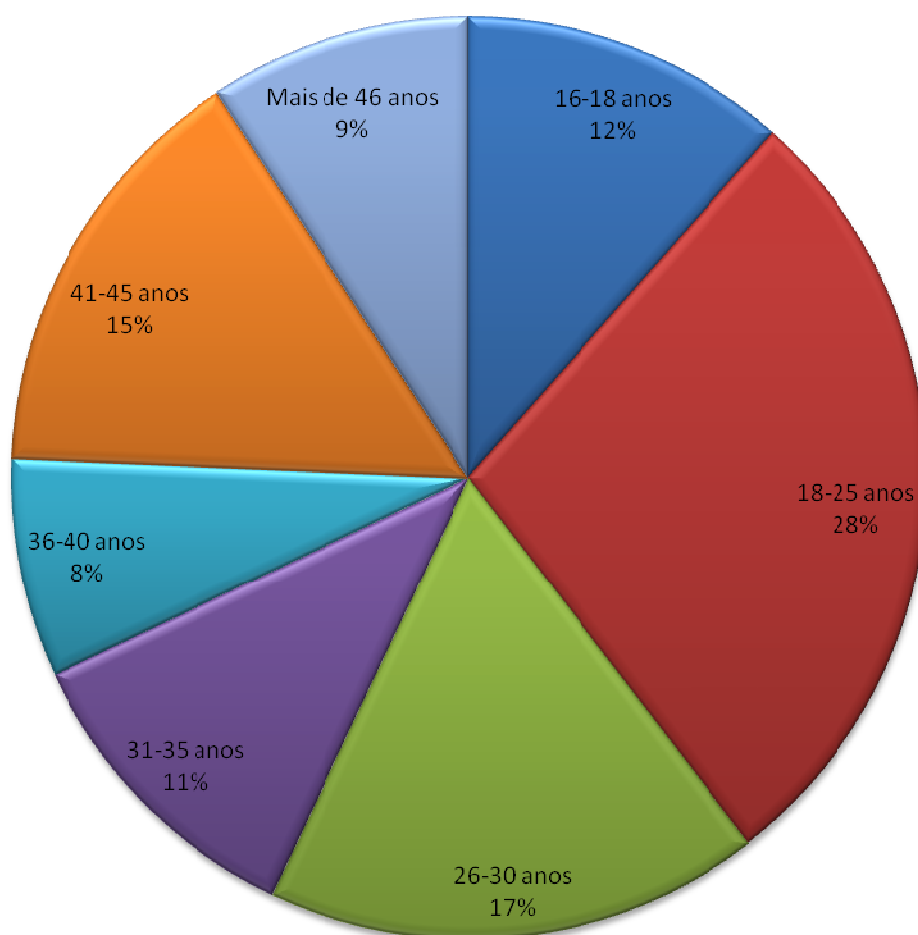
Nível educacional



04 – Faixa etária

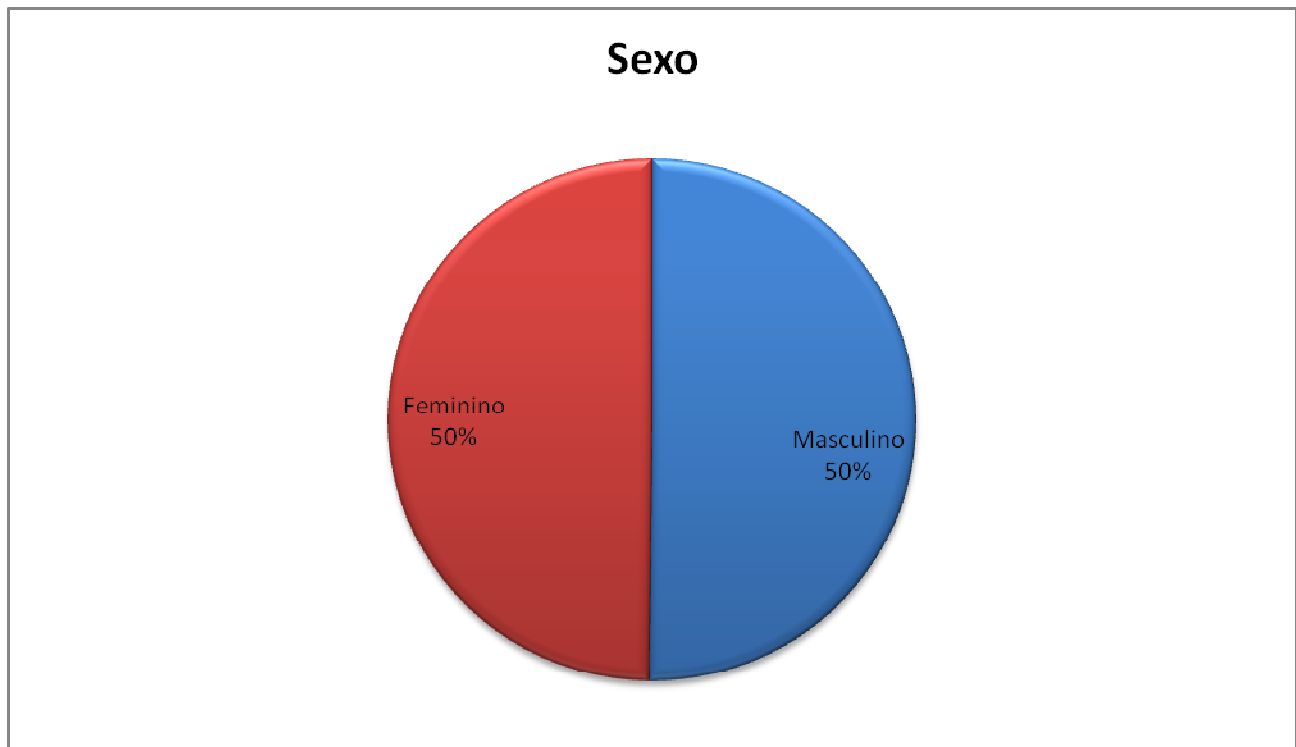
	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
16-18 anos	126	12%
18-25 anos	305	28%
26-30 anos	191	18%
31-35 anos	119	11%
36-40 anos	84	8%
41-45 anos	164	15%
Mais de 46 anos	101	9%
TOTAL	1090	100%

Faixa etária



05 – Sexo

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Masculino	547	50%
Feminino	543	50%
TOTAL	1090	100%



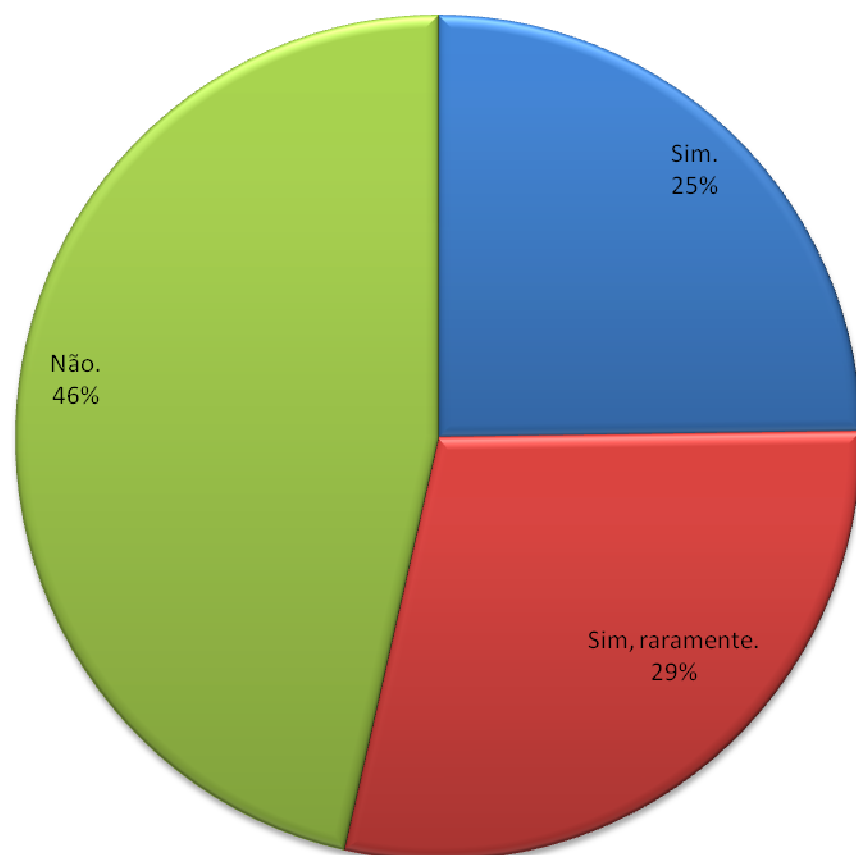
4.2) QUESTÕES ESPECÍFICAS SOBRE O TEMA

A segunda parte do questionário apresenta 12 (doze) questões cujo conteúdo se remete ao tema “Direito do consumidor na internet”. Durante a confecção do questionário, foram criadas as mais diversas situações por meio das quais se pudesse avaliar o grau de conhecimento do cidadão a respeito do tema.

01 – Você costuma comprar produtos e/ou contratar serviços pela Internet? Se a resposta for “não”, pule para a questão 08.

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Sim.	270	25%
Sim, raramente.	314	29%
Não.	506	46%
TOTAL:	1090	100%

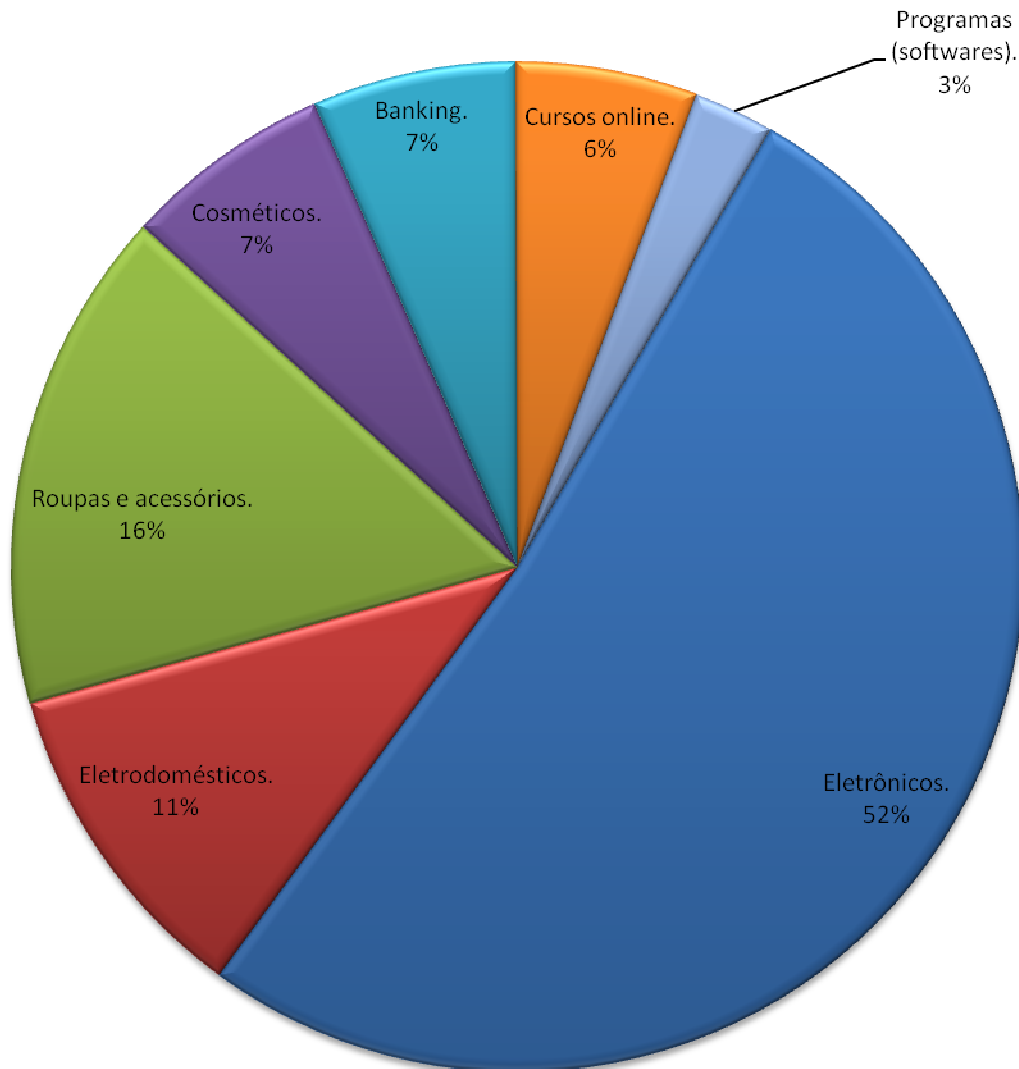
Você costuma comprar produtos e/ou contratar serviços pela Internet?



02 – Qual tipo de produto e/ou serviço tem o hábito de adquirir?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Eletrônicos.	302	52%
Eletrodomésticos.	62	11%
Roupas e acessórios.	94	16%
Cosméticos.	39	7%
<i>Banking.</i>	38	7%
Cursos online.	34	6%
Programas (softwares).	15	3%
TOTAL:	584	100%

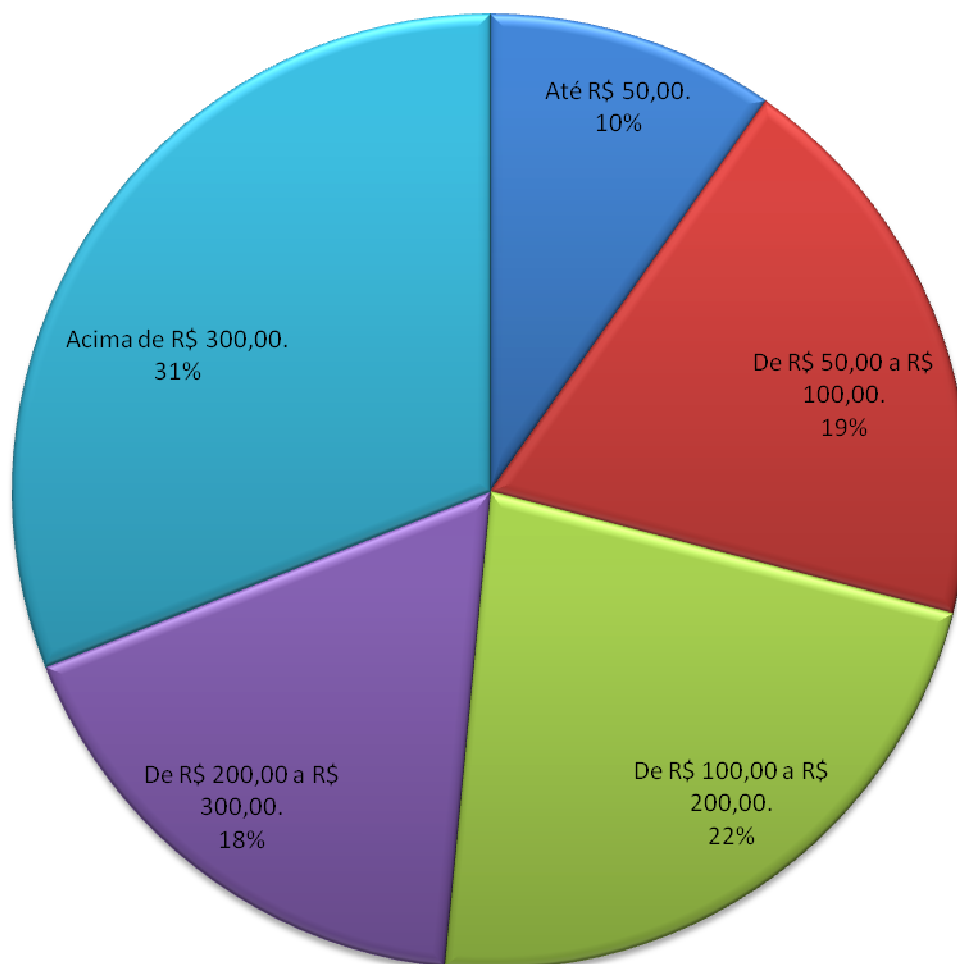
Qual tipo de produto e/ou serviço tem o hábito de adquirir?



03 – Qual a média do valor do produto que você costuma comprar pela internet?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Até R\$ 50,00.	57	10%
De R\$ 50,00 a R\$ 100,00.	113	19%
De R\$ 100,00 a R\$ 200,00.	131	22%
De R\$ 200,00 a R\$ 300,00.	102	17%
Acima de R\$ 300,00.	181	31%
TOTAL:	584	100%

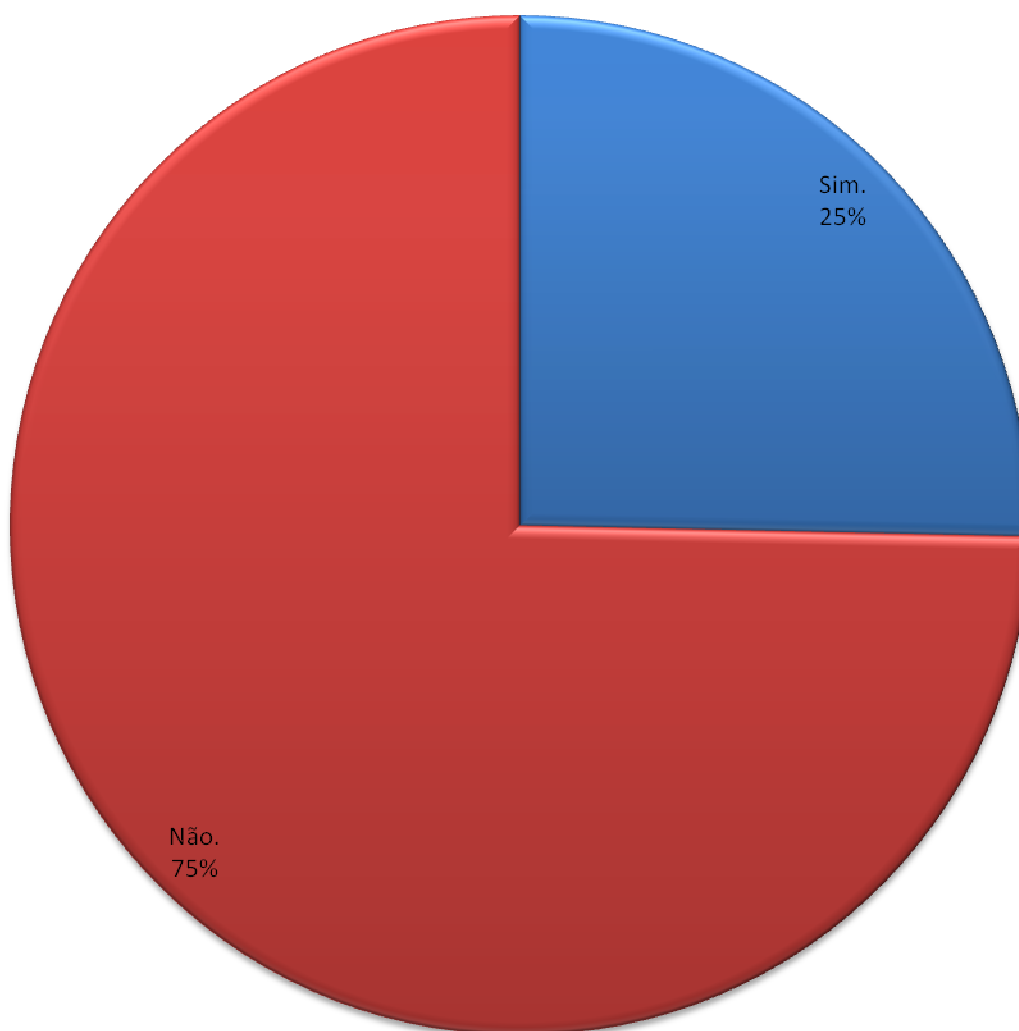
Qual a média do valor do produto que você costuma comprar pela internet?



04 – Já teve algum problema nas compras efetivadas pela Internet? *Se a resposta for “não”, pule para a questão 08.*

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Sim.	148	25%
Não.	436	75%
TOTAL:	584	100%

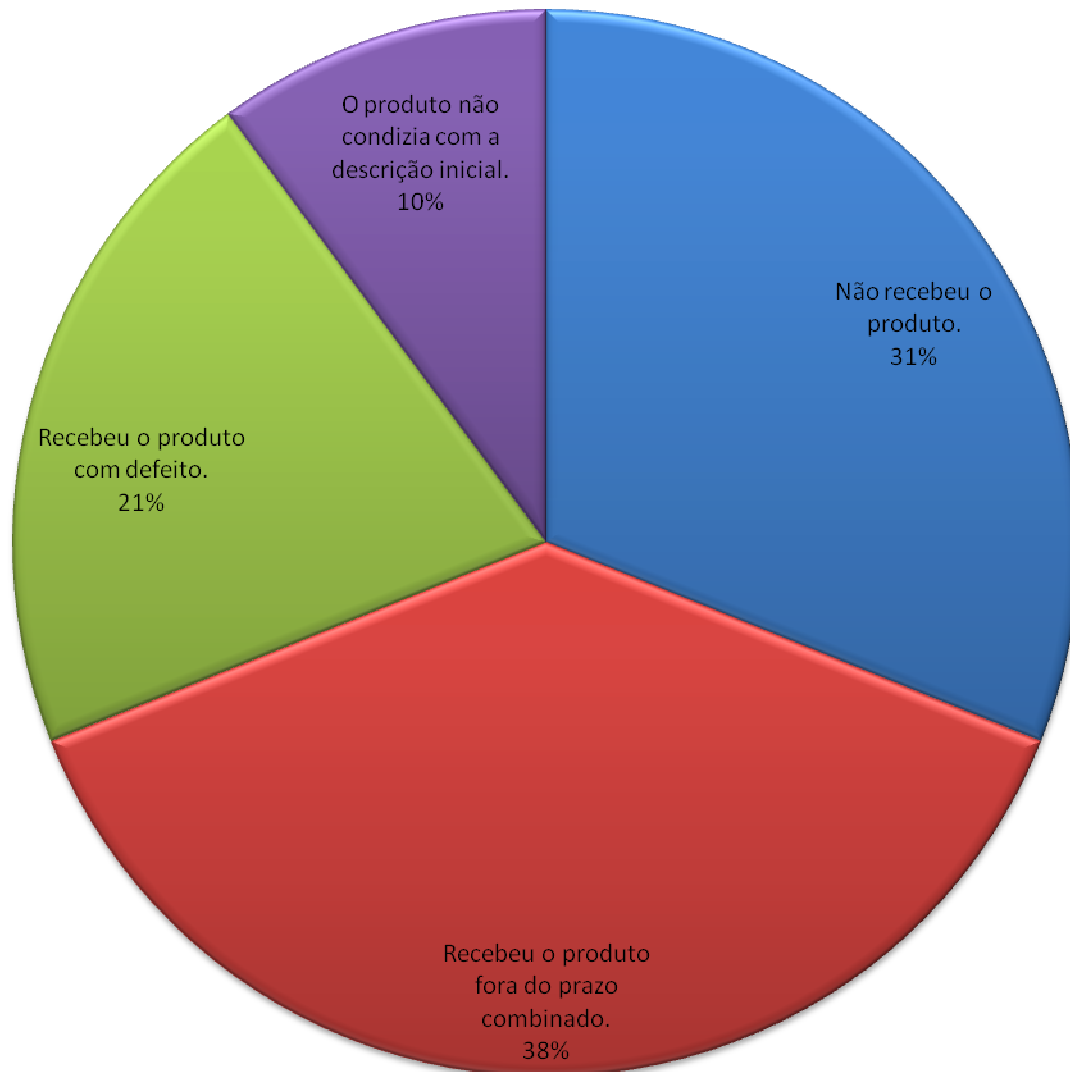
Já teve algum problema nas compras efetivadas pela Internet?



05 – Qual tipo de problema?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Não recebeu o produto.	46	31%
Recebeu o produto fora do prazo combinado.	56	38%
Recebeu o produto com defeito.	31	21%
O produto não condizia com a descrição inicial.	15	10%
TOTAL:	148	100%

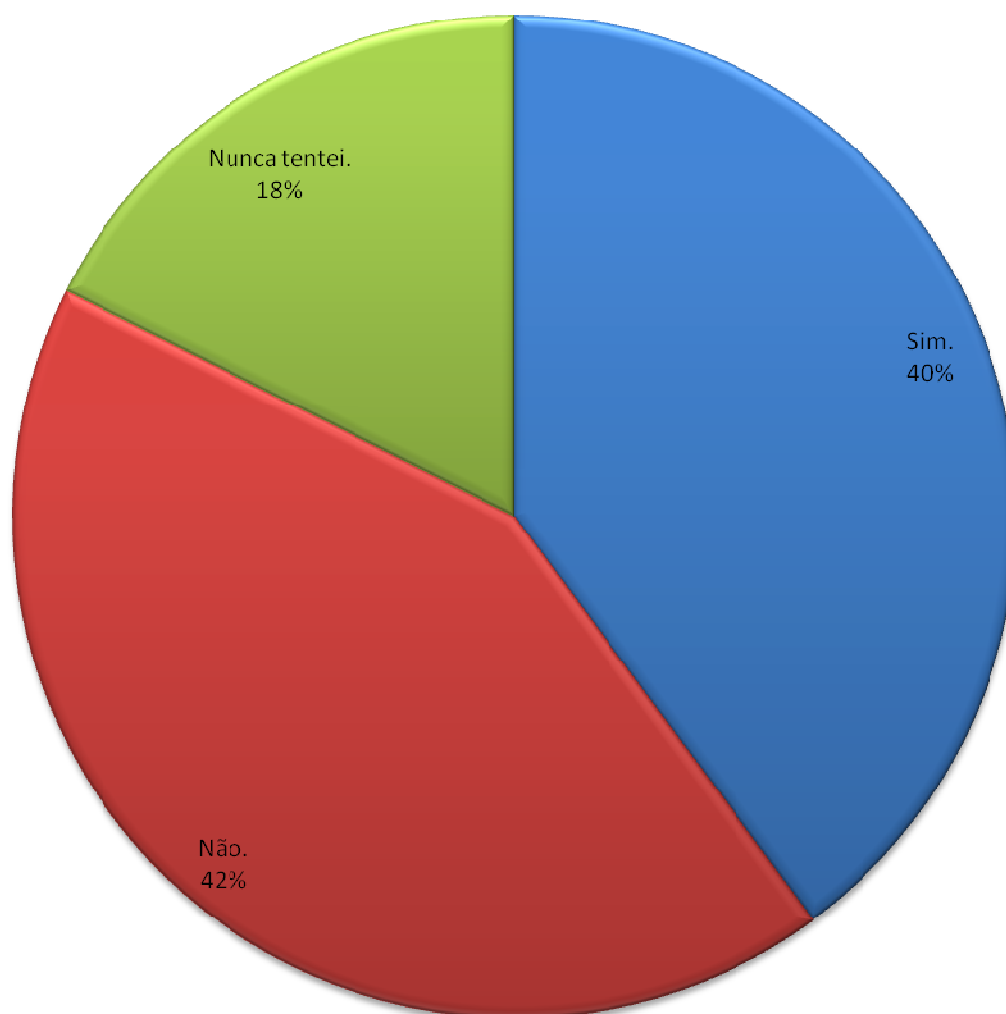
Qual tipo de problema?



06 – Após perceber a existência do problema, busca-se sempre contatar a empresa que o vendeu. Em seu caso foi fácil e efetivo contatar a empresa responsável pela venda do produto?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Sim.	59	40%
Não.	63	43%
Nunca tentei.	26	18%
TOTAL:	148	100%

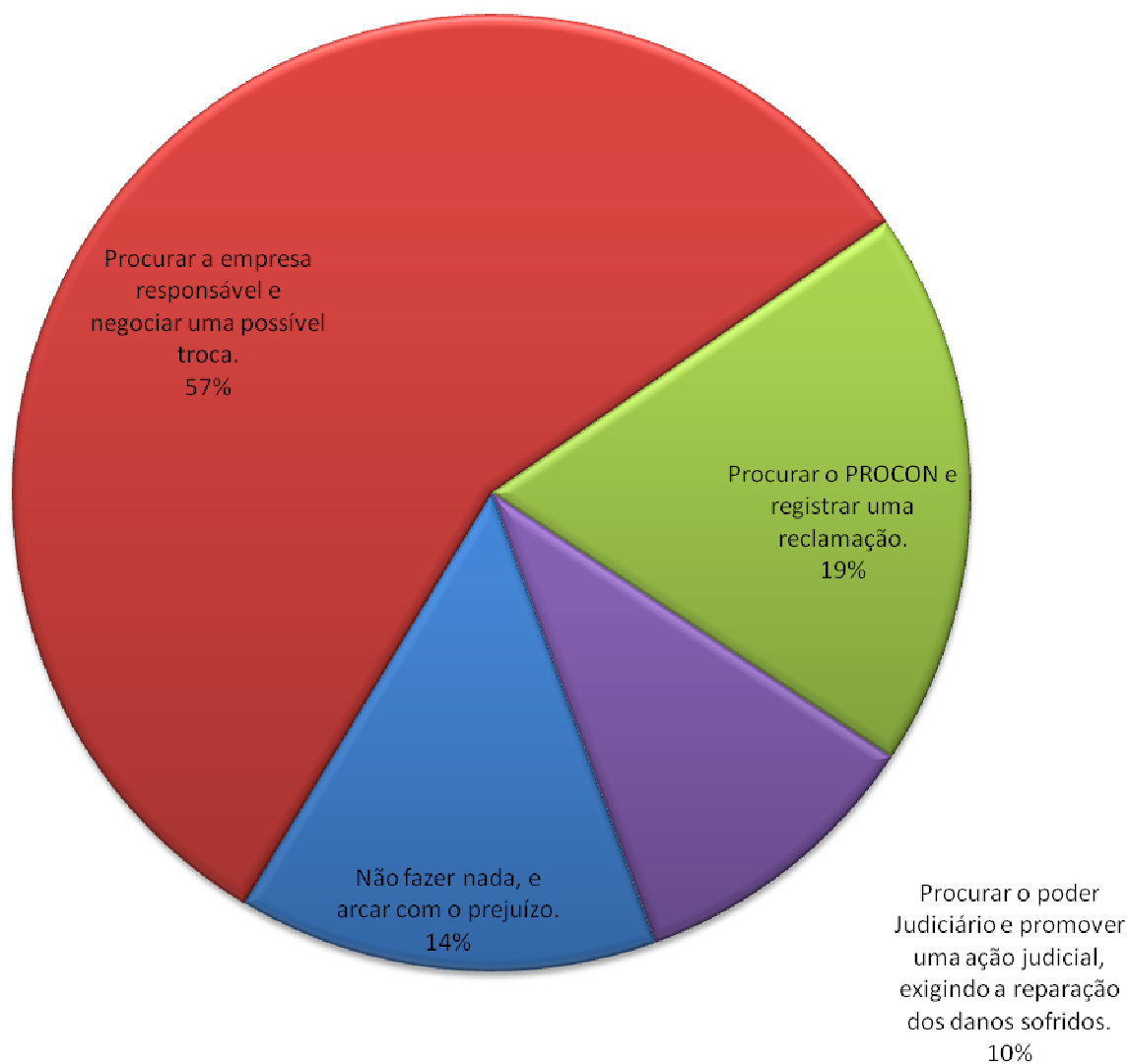
Após perceber a existência do problema, busca-se sempre contatar a empresa que o vendeu. Em seu caso foi fácil e efetivo contatar a empresa responsável pela venda do produto?



07 – Na hipótese de um problema, qual foi, ou seria, a atitude correta a ser tomada?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Não fazer nada, e arcar com o prejuízo.	21	14%
Procurar a empresa responsável e negociar uma possível troca.	84	57%
Procurar o PROCON e registrar uma reclamação.	28	19%
Procurar o poder Judiciário e promover uma ação judicial, exigindo a reparação dos danos sofridos.	15	10%
TOTAL:	148	100%

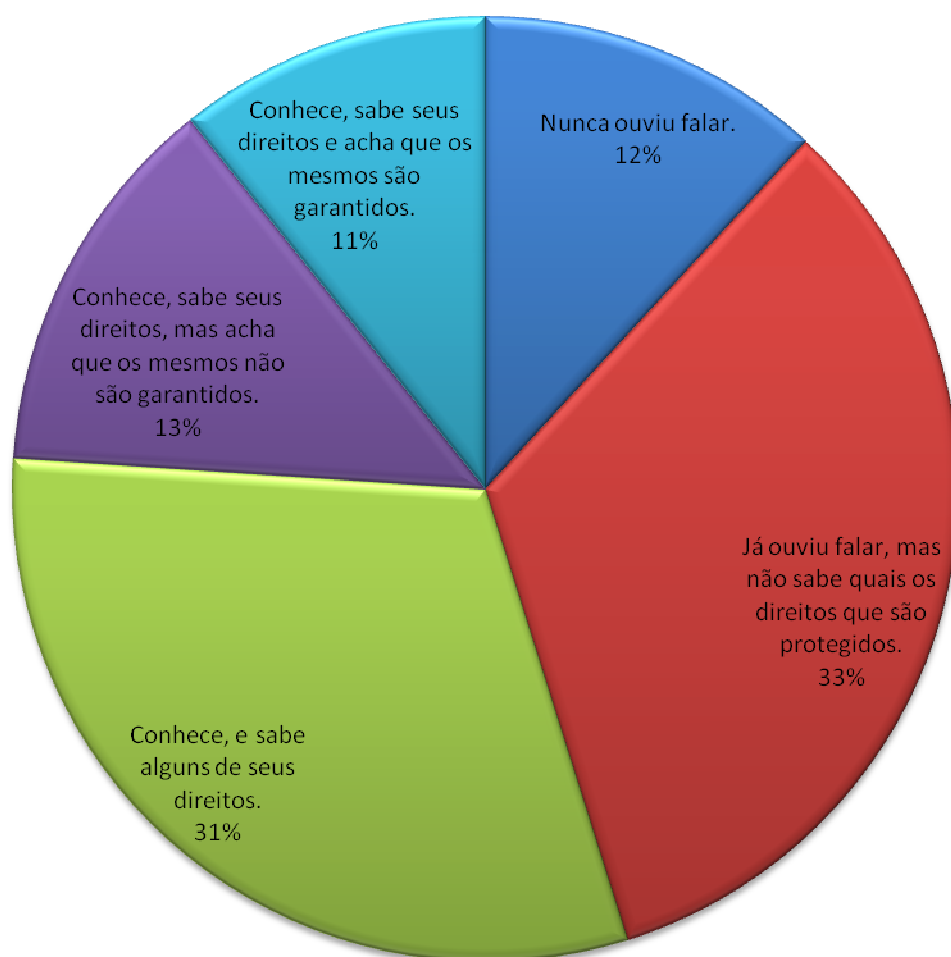
Na hipótese de um problema, qual foi, ou seria, a atitude correta a ser tomada?



08 – A respeito do Código de Defesa do Consumidor – CDC, você: *(Se a resposta for a opção “a” ou “b”, pule para a questão 11.)*

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Nunca ouviu falar.	129	12%
Já ouviu falar, mas não sabe quais os direitos que são protegidos.	363	33%
Conhece, e sabe alguns de seus direitos.	337	31%
Conhece, sabe seus direitos, mas acha que os mesmos não são garantidos.	144	13%
Conhece, sabe seus direitos e acha que os mesmos são garantidos.	117	11%
TOTAL:	1090	100%

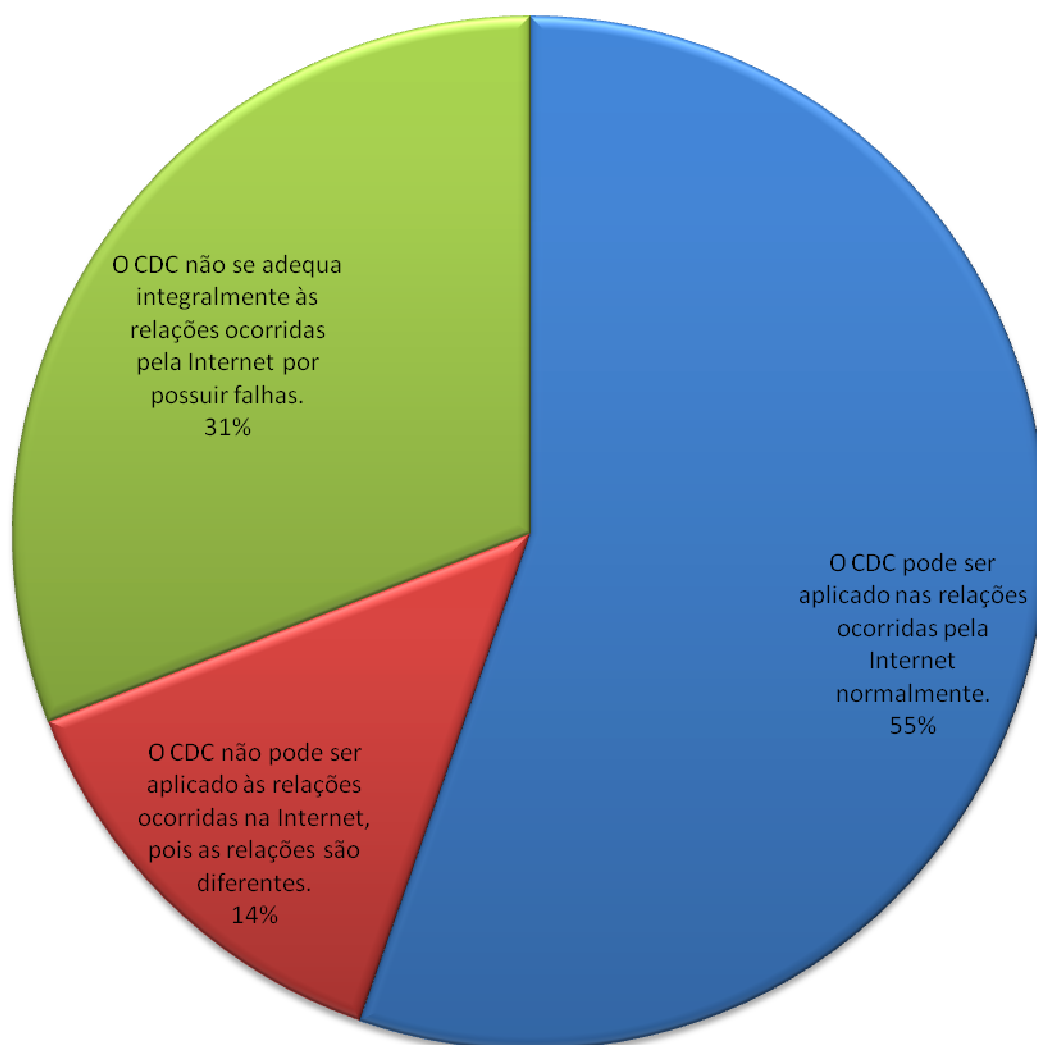
A respeito do Código de Defesa do Consumidor – CDC, você:



09 – Se você conhece o CDC, você acredita que:

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
O CDC pode ser aplicado nas relações ocorridas pela Internet normalmente.	331	55%
O CDC não pode ser aplicado às relações ocorridas na Internet, pois as relações são diferentes.	82	14%
O CDC não se adequa integralmente às relações ocorridas pela Internet por possuir falhas.	185	31%
TOTAL:	598	100%

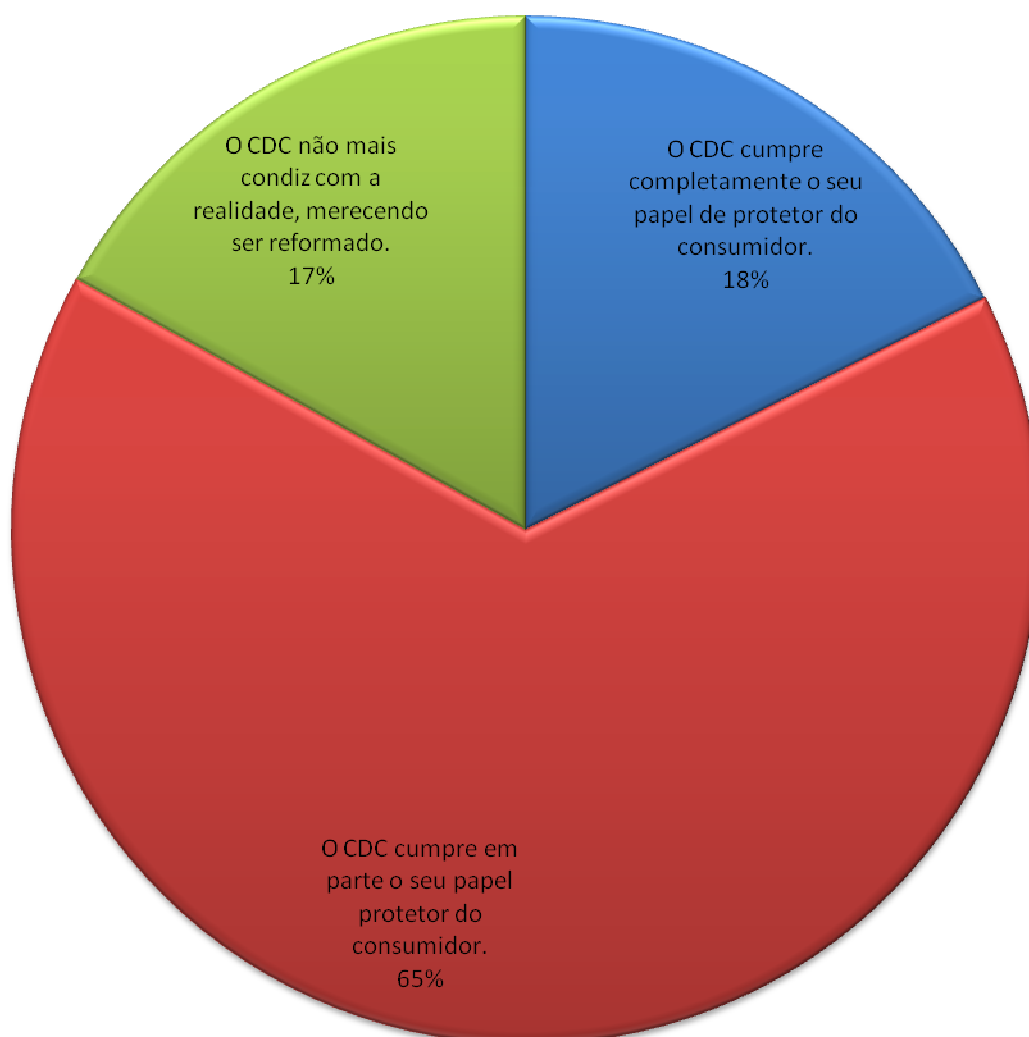
Se você conhece o CDC, você acredita que:



10 – Conforme as relações de consumo atual, você acredita que:

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
O CDC cumpre completamente o seu papel de protetor do consumidor.	105	18%
O CDC cumpre em parte o seu papel protetor do consumidor.	392	66%
O CDC não mais condiz com a realidade, merecendo ser reformado.	101	17%
TOTAL:	598	100%

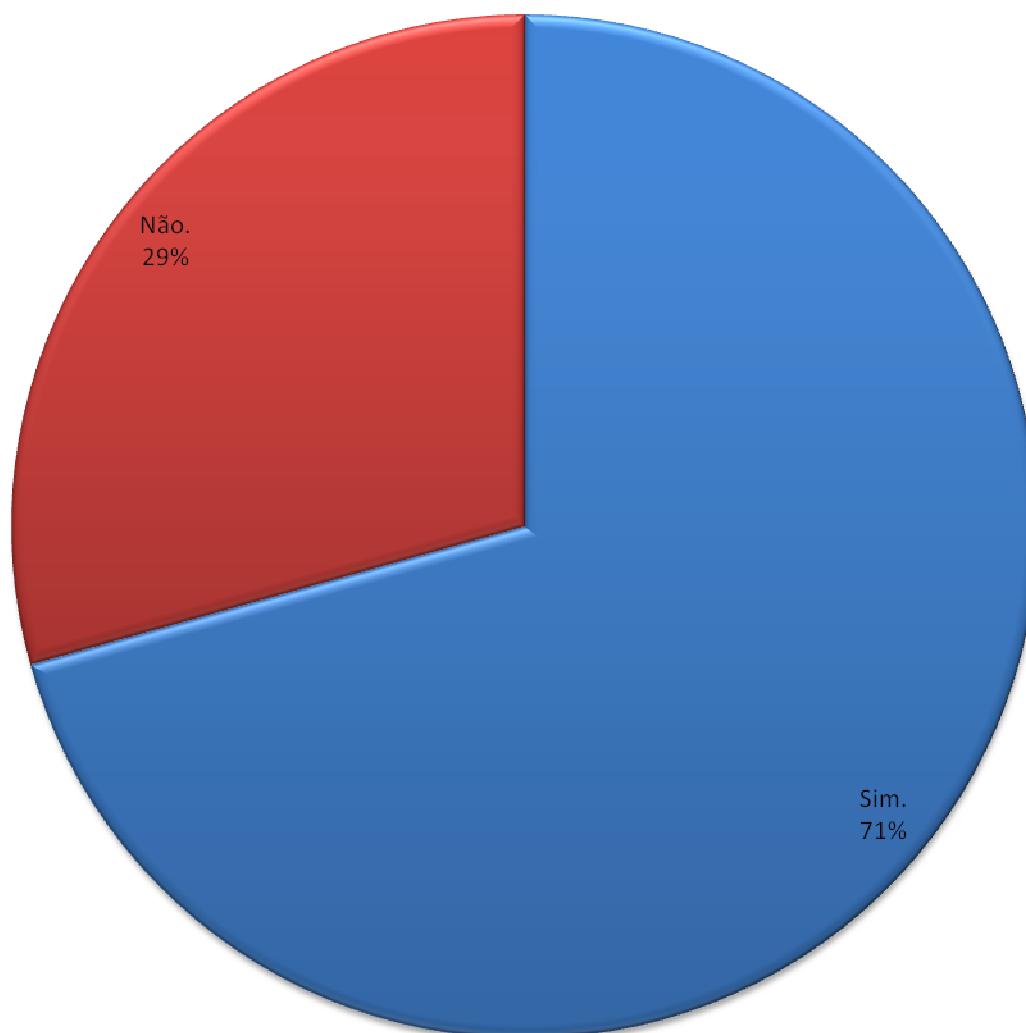
Conforme as relações de consumo atual, você acredita que:



11 – Você consideraria arriscadas as transações (compra e contratação de serviço) ocorridas pela Internet?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Sim.	770	71%
Não.	320	29%
TOTAL:	1090	100%

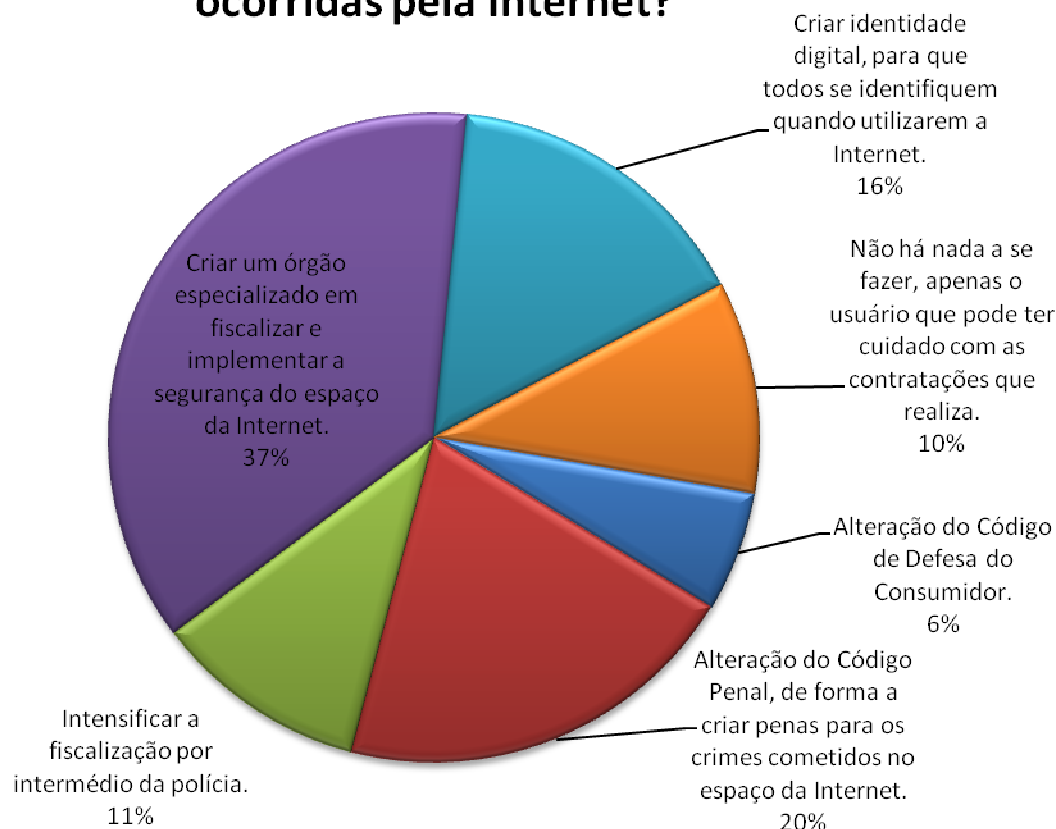
Você consideraria arriscadas as transações (compra e contratação de serviço) ocorridas pela Internet?



12 – Em sua opinião, qual seria a medida mais adequada para trazer segurança às relações ocorridas pela Internet?

	Número de respondentes	Porcentagem de respondentes
Alteração do Código de Defesa do Consumidor.	65	6%
Alteração do Código Penal, de forma a criar penas para os crimes cometidos no espaço da Internet.	222	20%
Intensificar a fiscalização por intermédio da polícia.	116	11%
Criar um órgão especializado em fiscalizar e implementar a segurança do espaço da Internet.	402	37%
Criar identidade digital, para que todos se identifiquem quando utilizarem a Internet.	170	16%
Não há nada a se fazer, apenas o usuário que pode ter cuidado com as contratações que realiza.	115	11%
TOTAL:	1090	100%

Em sua opinião, qual seria a medida mais adequada para trazer segurança às relações ocorridas pela Internet?



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

GÜNTHER, H. *Como elaborar um questionário*. Série "Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais", nº 1. Brasília, DF: UnB, Laboratório de Psicologia Ambiental, 2003.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. Coleção "Temas básicos de educação e ensino". São Paulo: EPU, 1986.

RODRIGUES, William. *Metodologia científica*. Paracambi, RJ: FAETEC/IST, 2007.