

## COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TOCANTINENSE COM RELAÇÃO À BUSCA PELA DEFESA E PROTEÇÃO DOS SEUS DIREITOS.

**Rosana Augusta de Oliveira<sup>1</sup>, Edson Aparecida de Araújo Querido Oliveira<sup>2</sup> Janaína Silveira de Melo<sup>3</sup> Marilsa de Sá Rodrigues Tadeucci<sup>4</sup>**

<sup>1</sup> Mestranda em Gestão e Desenvolvimento Regional - Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional - PPGDR - Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 – Taubaté/SP – Brasil – rosanaugusta@uft.edu.br

<sup>2</sup> Professor do Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional - PPGDR - Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 - Taubaté/SP - Brasil – edsonaaq@gmail.com

<sup>3</sup> Mestranda em Gestão e Desenvolvimento Regional - Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional - PPGDR - Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 – Taubaté/SP – Brasil – oijana@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientador - Professora do Programa de Pós-graduação em Gestão e Desenvolvimento Regional - PPGDR - Universidade de Taubaté – Rua Visconde do Rio Branco, 210 Centro - 12020-040 - Taubaté/SP - Brasil – marilsatadeucci@hotmail.com

**Resumo:** Quando o consumidor se vê passivo e indefeso diante da adoção de condutas abusivas intentadas pelo fornecedor de produtos ou serviços, surge a necessidade de defesa e garantia de seus direitos. Perante o grande número de situações de conflito, sobretudo porque a sociedade passa por um período de constantes e aceleradas mudanças de valores e hábito sociais, fortaleceu-se o movimento de proteção e defesa do consumidor. Diante desse movimento, algumas posturas empresariais são revistas e avaliadas, já não apenas com resposta às transformações do ambiente, mas também como necessidade de se antecipar e agir em prol do atendimento dos direitos e garantias do consumidor. Por outro lado, o próprio consumidor, como ser social que é, vive momentos críticos de sua evolução, e a percepção desta, embora complexa, faz-se cada vez mais necessária. Com a Constituição Federal e o Código de Defesa do Consumidor com suas duas décadas de existência, hoje se vê que o consumidor no Brasil torna-se mais consciente, mas ainda é necessário primar pela educação desse consumidor, a fim de fomentar a crítica e prepará-lo para exercer hábitos de consumo de padrões mais elevados.

**Palavras-chave:** Consumidor. Direitos do consumidor.

**Área do Conhecimento:** VI – Ciências Sociais Aplicadas.

### Introdução

Diante de uma análise sociológica o consumidor, durante muito tempo, figurou marginalmente na sociedade mercantil. No entanto, depois dos anos 80 a importância do consumidor passou a ser reconhecida.

A rigor, embora o consumidor por vezes não tenha consciência disso, ele é a mola propulsora da indústria, da agricultura, do comércio, da pecuária e das empresas prestadoras de serviço e de que os recursos que impulsionam a máquina administrativa provêm dele, em última análise, ao adquirir um bem ou serviço. Enfim, sem que houvesse o consumidor nada seria produzido (CESCA, 2000). Assim, sua importância cresce proporcionalmente à economia de mercado, uma

vez que ele é o ator principal e essencial para a efetiva circulação de fatores produtivos.

Desta forma, perante a notável importância representada pelo consumidor na sociedade hodierna, ele não poderia ser preterido pelos governantes, permanecendo à margem do processo de produção de serviços e bens.

Face ao crescimento acelerado do consumo das famílias, como destaca o IBGE (2010), em que, pela ótica da demanda o consumo das famílias representou 62,8% do PIB no ano de 2009, mantendo-se como um dos pilares do crescimento econômico, não se pode olvidar que a proteção e defesa dos direitos dos envolvidos nesta prática devem ser regulamentadas para preservar a integridade dos participantes do mercado.

Nesta busca pela proteção ao direito dos consumidores, soma em prol de um bom resultado, a atuação do PROCON/TO consistente no recebimento e registro das reclamações dos consumidores sobre produtos e serviços ofertados no mercado de consumo, bem como a cobrança de informações de fornecedores, e a promoção de acordos, além da punição das empresas que desrespeitam o Código de Proteção e Defesa do Consumidor.

### Metodologia

A pesquisa teve como base o levantamento de dados junto ao PROCON/Tocantins, assim como investigação bibliográfica acerca do tema, a fim de analisar o comportamento do consumidor tocantinense com relação à busca pela defesa e proteção dos seus direitos.

### Como é visto o Consumidor

O conceito de consumidor é variável conforme o âmbito em discussão. Classicamente é um termo econômico, porém transpondo-o para o direito obtêm-se uma definição diversa do que é proposto pela ciência econômica. O conceito econômico vê como basilar o consumo final e o consumo intermediário. Nishiyama (2002) tem a concepção de que o produtor é também consumidor, já que ele utiliza produtos (insumos) fornecidos por outros no processo de bens. Essa vastidão não é aceita pelo Direito, que se serve de parâmetros mais restritos.

Para Filomeno (p.34), no âmbito psicológico ele é visto como “o sujeito sobre o qual se estudam as reações a fim de se individualizar os critérios para a produção e as motivações internas que o levam ao consumo”, e na visão sociológica é considerado consumidor “qualquer indivíduo que usufrui ou se utiliza de bens e serviços, mas pertencente a uma determinada categoria ou classe social”, e finalmente, na perspectiva psicológica o consumidor é visto como “sujeito sobre o qual se estudam as reações, a fim de se individualizar os critérios para a produção e as motivações internas que o levam ao consumo” (2004).

Com o tempo, a ideologia do consumidor consegue penetrar na empresa, que buscou se reestruturar em função do novo valor criado, que é o de estar a serviço do consumidor.

Por fim, a agitação em defesa do consumidor converteu o usuário em agente determinante do que é produzido, como também em quais condições a produção é vendida e consumida (SORJ, 2006).

Um fator adicional que contribuiu para que o consumidor-cidadão buscasse, cada vez mais,

exercer seus direitos foi o surgimento dos órgãos de defesa do consumidor, das agências reguladoras, e da atuação do judiciário e dos meios de comunicação, que tornou possível a dispersão de informação de forma mais célere (VERGARA, 2003). Assim, as associações de consumidores passaram a definir temas que antes eram determinados de forma privativa pela empresa ou Estado.

O movimento de defesa dos direitos do consumidor no mundo alcançou um novo patamar. A intenção, enfim, é conscientizar o consumidor de que o consumo é um ato que enseja responsabilidade, pautado na ética social e, assim, na qualidade de consumidor, ela atua como um agente modificador da realidade.

### Defesa e Proteção

A defesa e proteção do consumidor é tema que se fortalece em sua importância no Brasil, na proporção em que o país inicia um processo de saída da inércia relacionada às causas ligadas à cidadania e ao amadurecimento da sociedade. Ainda que a expressão Defesa dos Consumidores tenha particularizado as últimas décadas, o termo possui passado marcante. O “surgimento” do consumidor não teve como reflexo imediato a acolhida de medidas legislativas em sua defesa. Foi preciso um período longo para comover a opinião pública e despertar a atenção dos legisladores para as necessidades dos consumidores.

As medidas iniciais de defesa do consumidor, ainda em uma época em que este termo não detinha a posição que hoje ocupa na cultura do sistema, foram vinculadas às políticas públicas de regulamentação e padronização de pesos e medidas. Por fim, a defesa do consumidor se relaciona com as políticas que garantam a competição e o controle da ação oligopólios e monopólios (SORJ, 2006).

Leduc (1980 *apud* Cesca 2000) alerta que a despeito das várias medidas que asseguram proteção ao consumidor, a principal medida talvez seja a autopreservação praticada por ele mesmo. E completa afirmando que, quando adquire um produto, o importante é o consumidor orientar-se de forma razoável, utilizando seu espírito crítico, suas opções de julgamento e de observação.

Os termos Defesa e Proteção, principalmente no âmbito de consumo, são comumente utilizados de maneira confusa, indiferente ou obscura. Porém, destaca-se aqui que a proteção dos direitos do consumidor tem a função de prevenir e está relacionado à garantia dos mesmos, como prerrogativas do indivíduo. Já a defesa de tais direitos adquire a feição de reação, resposta ou

ainda restabelecer os possíveis danos empreendidos ao consumidor.

### **Regulamentação das relações de consumo**

Para compreender o fenômeno do nascimento do direito do consumidor é necessário analisar o termo consumerismo. Em uma abordagem ampla, ele é empregado para retratar os movimentos e estímulos que aconteceram no campo da administração, do direito, da economia, da política, entre outros, em defesa de todas as questões que de alguma forma foram abarcadas pelo direito do consumidor. Em uma abordagem mais estrita, pode ser chamado de consumerismo econômico, entretanto, o termo descreve a preocupação em defender os interesses privativamente econômicos do consumidor, ou seja, benefícios e custos economicamente mensuráveis (JUNIOR, 2003). Nesse sentido, Giglio (2005) entende que o consumerismo é um movimento de conscientização do consumismo propalado por um grupo de voluntários que buscam criar uma espécie de compromisso de grupo.

No contexto brasileiro, sentido o reflexo dessas movimentações de conscientização, viu-se que o crescente número de reclamações dos consumidores publicadas nos jornais levou o governo do estado de São Paulo a criar, em 1976, o PROCON, como um órgão executivo do Sistema de Proteção e Defesa do Consumidor. De fato, o movimento do consumidor no Brasil se tornou mais visível após o chamado período de “milagre”, entre 1967 e 1973, quando a sociedade modernizou-se. O ano de 1986 marcou o início do despertar do consumidor no Brasil. Naquela época, o governo implantou um plano econômico para combater a inflação, tendo convocado a população para fiscalizar o congelamento de preços. O plano econômico fracassou, mas, em compensação, o número de queixas apresentadas ao PROCON aumentou (VERGARA, 2003).

Desta forma, diante da multiplicação de reclamações e da necessidade premente de regularização das relações de consumo, o Congresso Nacional teve o prazo de 120 dias da promulgação da Constituição de 1988, fixado pelo art. 48 do Ato das Disposições Constitucionais transitórias, para elaborar o Código de Defesa do Consumidor - CDC. Apesar do referido Código não ter sido publicado no prazo indicado na Carta Magna, a Lei 8.078/90 instituiu o microsistema jurídico de proteção ao consumidor, inovando profundamente o sistema jurídico brasileiro. Este novo cenário influenciou sobremaneira o desenvolvimento da economia e da industrialização brasileira, sendo o marco do início da defesa do consumidor, como antes já havia reivindicado a sociedade.

A defesa do consumidor teve vitória maior ainda pelo fato da Constituição Federal concretizar a elevação da defesa do consumidor a direito fundamental no seu artigo art. 5, inciso XXXII, assim como a inclusão do princípio regulador da atividade econômica no artigo 170, inciso V. O primeiro artigo citado reza que “O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”, e assim a defesa do consumidor foi enfatizada a partir da multiplicação das negociações, da circulação de notícias e no crescimento intenso das produções, que culminou na proteção de certas categorias.

Já o art. 170 estabelece que “A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos a existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios [...] V – direito do consumidor.” Ao fazer tais prescrições a Constituição forneceu ao Estado os meios para fazer a intervenção na economia e assim promover a defesa daqueles que são mais vulneráveis na relação de consumo (NOVAIS, 2006).

### **Órgão de Proteção e Defesa do Consumidor**

Tendo em vista a efetividade ao princípio da inafastabilidade do órgão jurisdicional, presente no art. 5 inciso XXXV, da Constituição Federal, a Lei 8.078/90 elencou diversos mecanismos dedicados a assegurar verdadeiramente o acesso do consumidor à justiça. Deste modo, o CDC, tornou possível a defesa a título individual e coletivo, legitimando diferentes instituições a executar a defesa judicial dos consumidores. Estabeleceu a fundação dos Juizados Especiais e Varas Especializadas em dirimir lides no âmbito do consumo, ademais da instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor. Além disso, previu a oferta de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente e a criação de órgãos administrativos voltados a compor litígios. (NOVAIS, 2006).

Desta forma, visando atender ao preceito legal, o PROCON no estado do Tocantins foi instituído em março de 1992, tendo neste momento três núcleos, sendo em Palmas, Gurupi e Araguaína, estando ambos vinculados à Secretaria da Cidadania e Justiça do estado. Tal como, a determinação da Constituição, o órgão surgiu com o objetivo de orientar, educar e defender os consumidores tocantinenses, quanto aos abusos executados nas relações de consumo.

A partir de 2004 houve a criação e implantação de mais Núcleos de atendimento, agora nas cidades de Araguatins, Tocantinópolis, Guaraí e Dianópolis, e em 2007 foi criado o Núcleo de Porto Nacional. Em abril de 2006 o órgão foi

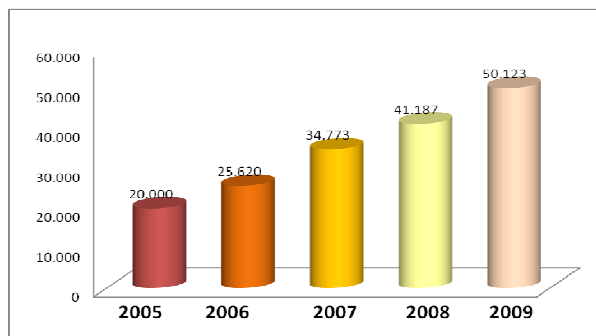
reformulado, passando a ter na sua estrutura, além da Diretoria, três novas Coordenações: Educação para o Consumo, Fiscalização e Atendimento. Além destas cidades há um posto de atendimento em Taquaralto, que está vinculado ao núcleo de Palmas, e os postos no Serviço Rápido de Atendimento na unidade do É Pra Já nas cidades de Araguaína e Gurupi. Está previsto ainda a abertura de núcleos nas cidades de Paraíso, Miracema, Pedro Afonso e Colinas.

No estado do Tocantins, pela Lei Estadual nº 1.250, de 20 de setembro de 2001, criou-se com a denominação de Fundo Estadual de Defesa Interesses Difusos e alterado pela Lei Estadual 1.482, de 29 de junho de 2004, o Fundo Estadual de Defesa do Consumidor, no qual são depositadas as receitas provenientes da aplicação das multas administrativas. O referido Fundo é administrado por um Conselho, que tem como presidente o Secretário da Cidadania e Justiça do Tocantins, e possui como membro representantes do PROCON, Ministério Público Estadual, Secretaria da Fazenda e sociedade civil organizada. As receitas originadas da aplicação das multas administrativas são somadas ao Fundo, e estes valores são utilizados no aperfeiçoamento do atendimento ao consumidor tocantinense e na melhoria da infra-estrutura, e empregados em campanhas educativas.

## Resultados

Os atendimentos realizados pelo PROCON/TO podem ser preliminares, como a resolução do problema por telefone, ou pela simples solicitação de orientação sobre a legislação. Existem ainda outras ferramentas como o endereço eletrônico [www.to.gov.br/procon](http://www.to.gov.br/procon), que no link "Tirar suas dúvidas", apresenta uma lista de assuntos que frequentemente são alvo de incerteza na relação do consumo. Mais uma alternativa para ter informações acerca dos direitos e deveres na esfera do consumo é o número 151, canal de voz para consultas e denúncias.

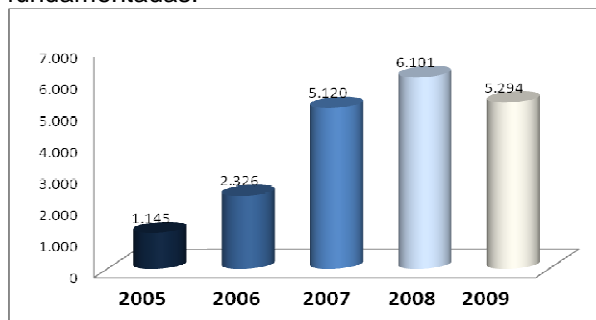
Os motivos geradores da necessidade de esclarecimento ou proteção são variados, como: inexistência de garantia, ausência de peças de reposição, cláusulas abusivas em contratos, cobrança indevida ou abusiva, recusas injustificadas na prestação de serviço, demora ou mesmo não entrega de produtos, e também a entrega de produtos com defeitos. Verifica-se no gráfico adiante o crescente número de atendimento alcançado pelo PROCON/TO no período de 2005 a 2009.



**Gráfico 1** – Números de atendimentos realizados pelo PROCON/Tocantins

Fonte: PROCON – TO

Do total de problemas abordados, que resulta neste número de atendimentos realizados, muitos deles são dirimidos no próprio órgão, de forma preliminar. Porém, os demais formam processos formais, que são chamados de Reclamações fundamentadas.



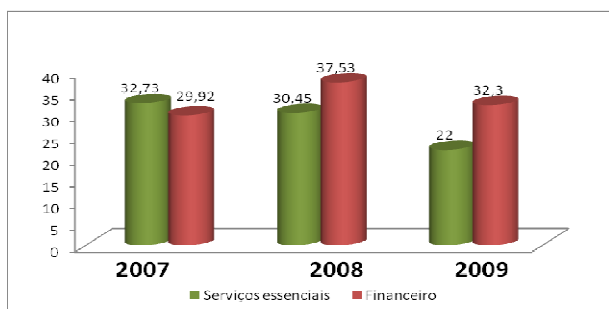
**Gráfico 2** – Números de processos gerados pelo PROCON/Tocantins

Fonte: PROCON – TO

Vê-se no gráfico anterior um aumento nos processos no período de 2005 a 2008, e uma queda em 2009. Justifica-se esta diminuição devido às ações educativas que têm surtido efeito, bem como a adequação dos fornecedores às normas do CDC. Destarte, constata-se que o resultado é satisfatório, visto que se busca afinal o reconhecimento do equilíbrio das partes envolvidas no mercado de consumo, isto é, que consumidores e fornecedores estejam com seus direitos integralizados.

Dessas reclamações, há dois setores que se destacam: o financeiro e o de serviços essenciais. É perceptível no gráfico abaixo que esses setores comandam o número de reclamações dos consumidores.

Os serviços financeiros citados referem-se aos bancos comerciais, cartões de crédito, consórcio, empresas de cobrança, financeiras e seguras, além do avolumamento de empresas que ofertam empréstimo pessoal. Quanto aos serviços essenciais, consistem em telefonia (celular, fixa e comunitária), água, gás encanado, cemitério luz, funerária, serviços postais e transporte de passageiros e cargas.



**Gráfico 3** – Apresentação em porcentagem dos setores mais reclamados.

Fonte: PROCON – TO

No Tocantins, na lista das empresas que mais são reclamadas, encontra-se a empresa Brasil Telecom que foi comprada recentemente pela empresa Oi, seguida da Celtins. Permanecem na lista o Banco do Brasil, a Telegoiás, a Saneatins, a Tim Celular, da empresa Dismobrás, o Bradesco e a novidade no *ranking* é a loja Novo Mundo que virou participante entre as que mais geram reclamação.

De acordo com a SECOM/TO, entre as empresas de telefonia fixa as reclamações estão relacionadas à cobrança indevida/abusiva; dúvidas sobre cobrança, valor, reajuste, contrato e orçamento; contratos (rescisão, alteração, cláusula abusiva, em desacordo com a legislação); garantia (abrangência e cobertura); serviços não fornecidos (entrega, não cumprimento da oferta e contrato); venda, oferta e publicidade enganosa, além de dano material e pessoal decorrente do serviço. Ainda como problemas pertinentes às empresas de telefonia estão a clonagem; consumidor negativado indevidamente nos serviços de proteção ao crédito; cláusula contratual abusiva e em desacordo com a legislação; desistência da compra e do serviço.

A empresa de energia elétrica teve como maiores demandas, dúvidas sobre cobrança, valor, reajuste, contrato e orçamento; cobrança indevida e abusiva; serviços não fornecidos (entrega, instalação, não cumprimento da oferta e contrato); dano material e pessoal; recusa injustificada em prestar o serviço; contrato (rescisão, alteração, cláusula abusiva, em desacordo com a legislação); serviço em desacordo com as normas e a Lei; serviços não concluídos e fornecimento parcial.

Já os bancos tiveram os problemas baseados na cobrança indevida; contrato (não cumprimento, alteração, transferência, irregularidade e rescisão); falha bancária em transações eletrônicas (transferências e saques indevidos); falha bancária (cheques e ordem de pagamento); consumidor negativado nos serviços de proteção ao crédito; cálculo de prestações e taxas de juros, além da não entrega de quitações e retenção de documentos.

As demandas referentes às lojas de móveis versaram sobre a garantia (abrangência e cobertura); não entrega e demora na entrega do produto; cobrança indevida; contrato (não cumprimento, alteração, transferência, irregularidade e rescisão); contrato, pedido e orçamento (rescisão, descumprimento e erro); cálculo de prestação e taxas de juros; cálculo de prestação em atraso e, ainda, produtos entregues com defeitos

Houve também reclamações sobre extravio de bagagem, carga, correspondência, mercadoria e mudança; produto entregue com defeito; serviço em desacordo com as normas e a Lei; venda enganosa e vício de qualidade (mal executado, inadequado e impróprio); não fornecimento de documentos escolares, recibo e nota fiscal; dúvidas sobre cobrança, valor reajuste, contrato e orçamento; abrangência e cobertura da garantia; falta de fornecimento do serviço (entrega, instalação, não cumprimento da oferta e contrato); venda, oferta e publicidade enganosa.

#### **Ações desenvolvidas - prevenção e punição**

Com o intuito de esclarecer, educar e informar o PROCON/TO organiza regularmente ciclos de palestras, teatros, e eventos como Consumidor no Parque e a Gincana do PROCON através da distribuição de material informativo. Visando conscientizar e esclarecer os variados segmentos sobre o Código de Defesa do Consumidor, as equipes do PROCON/TO ministraram em 2009 palestras para 1.631 consumidores e para 559 fornecedores.

Todos os 139 municípios do Tocantins recebem as equipes de Fiscalização; que visitam estabelecimentos, autuam caso haja infração, fazem relatórios de visita e vistorias, termos de constatação, pesquisas de preço e apreensão de produtos. O órgão ainda oferece orientações em escolas particulares dos principais núcleos como Palmas, Porto Nacional, Gurupi e Araguaína, além da ministração de cursos sobre Comércio Legal.

Dos produtos privados de circulação devido a irregularidades na comercialização, a farinha ganha destaque, seguida pelos biscoitos, refrigerantes, chocolates, leites, produtos de limpeza, temperos, enlatados, cafés e carnes.

Com a fortificação do Fundo do PROCON, os valores provenientes das multas foram convertidos em investimentos em cursos de capacitação para os servidores, fornecedores e consumidores.

Ainda dentro das ações do PROCON/TO, merece destaque a pesquisa mensal quanto ao valor da cesta básica, bem como pesquisa de preço de produtos e serviços de época, como Dia das Mães, Páscoa, Dia das Crianças, Dia dos Namorados e Natal.

## Conclusão

Em 11 de setembro de 2010 o CDC completará 20 anos. Passado este período, ainda é de se notar que o consumidor até o momento não tomou posse do poder que possui para influenciar o mercado, devendo saber aproveitar que, com a alta competitividade, as empresas estão buscando satisfazê-lo a todo custo. O progresso da sociedade, principalmente na esfera econômica, faz com que as empresas reformulem suas rotinas, buscando atingir modelos administrativos mais atuais, procurando formas de vencer a crescente competitividade. O respeito pelos direitos dos consumidores já é aceito por algumas instituições, porém, mais com vistas a obter estratégias mercadológicas do que como obrigação social ou legal.

Neste processo em que houve o notável crescimento da conscientização dos direitos e garantias dos consumidores é importante ter em vista que a educação para o consumo é indispensável para a manutenção do que se conquistou nessas duas décadas e, claro, para que haja avanços com relação às políticas para proteção e defesas do consumidor. Não é preciso esperar que dano ocorra, podem ser realizados movimentos para discussão, conscientização e apresentação de novas alternativas para o decréscimo de insatisfações e conseqüentemente, de reclamações nos órgãos de proteção.

A existência de consumidores cientes dos seus direitos e de variados padrões de consumo gerará transformações em paradigmas e posturas administrativas para a sobrevivência das empresas. Neste sentido, essas podem contribuir para a educação do consumidor, promovendo canais abertos de comunicação com seus clientes e divulgando informações completas, verdadeiras e utilizando linguagem acessível sobre produtos e serviços.

A sociedade brasileira traça os primeiros passos em um caminho longo, o qual ainda terá muitas barreiras, porém, mesmo assim, certamente sucessos e conquistas serão alcançados, o que resultarão em um saldo positivo para o amadurecimento da sociedade. Diante desse contexto, acredita-se que, ações desenvolvidas pelo PROCON/TO, bem como do expressivo número de atendimentos realizados por este órgão, a sociedade tocantinense está madura e amparada nas suas necessidades de luta pelos seus direitos como consumidor.

## Referências

**BRASIL.** Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado, 1988.

CESCA, Cleuza G. Minezes e Wilson CESCA. **Estratégias empresariais diante do novo consumidor.** São Paulo: Summus, 2000.

**CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR.** Lei 8.078 de 11/09/90. Brasília, DF: Senado, 1990  
**Consumo das famílias cresce sem parar por mais de seis anos, aponta IBGE.** 09/06/2010 Disponível em <[http://www.brasilcon.org.br/web/noticias/noticiasv\\_er.asp?id=1806](http://www.brasilcon.org.br/web/noticias/noticiasv_er.asp?id=1806)> Acesso em 17 de junho de 2010, 14:13.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de direitos do consumidor.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

GIGLIO, Ernesto Michelangelo. **O comportamento do consumidor.** 3. ed. São Paulo: Thomson Pioneira, 2005.

JUNIOR, Ecio Perin. **A globalização e o direito do consumidor: aspectos relevantes sobre a harmonização legislativa dentro dos mercados regionais.** São Paulo: Manole, 2003.

LEDUC, Robert. **Propaganda, uma força a serviço da empresa.** São Paulo: Atlas, 1980.

NISHIYAMA, Adolfo Mamoru. **A proteção constitucional do consumidor.** Rio de Janeiro: Forense, 2002.

NOVAIS, Elaine Cardoso de Matos. **Serviços Públicos e relação de consumo: aplicabilidade do Código de Defesa do Consumidor.** Curitiba: Juruá, 2006.

PAJOLI, Antonio Carlos La Gamba. Aspectos do comportamento do consumidor relacionados à proteção e defesa de seus direitos. **Revista de Gestão USP Programa de Pós-graduação em Administração da FEA-USP,** São Paulo, p. 8, 2. sem.1994.

PROCON Órgão de Proteção e Defesa do consumidor. [www.procon.to.gov.br](http://www.procon.to.gov.br)

SECOM Secretaria de Comunicação do estado do Tocantins. [www.secom.to.gov.br](http://www.secom.to.gov.br)

SORJ, Bernardo. **A nova sociedade brasileira,** 3. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

VERGARA, Sylvia Helena Constant. **Impacto dos direitos dos consumidores nas práticas empresariais.** Rio de Janeiro: FGV, 2003.