



**UNIVERSIDADE PRESIDENTE ANTÔNIO CARLOS**

**ROGÉRIO VILHENA CORNELIO FILHO**

**RECLAMAÇÕES NO PROCON-JF SOBRE AS EMPRESAS DE TELEFONIA MAIS  
MULTADAS E A REINCIDÊNCIA DE SUAS CONDUTAS**

**JUIZ DE FORA - MG**

**2019**

**ROGÉRIO VILHENA CORNELIO FILHO**

**RECLAMAÇÕES NO PROCON-JF SOBRE AS EMPRESAS DE TELEFONIA MAIS  
MULTADAS E A REINCIDÊNCIA DE SUAS CONDUTAS**

Monografia de conclusão de curso apresentada ao curso de Direito da Universidade Presidente Antônio Carlos - UNIPAC, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Direito.

Orientador: Prof (a). Dra. Laura Vieira

**JUIZ DE FORA – MG**

**2019**

## FOLHA DE APROVAÇÃO

ROGÉRIO VILHENA CORNÉLIO FILHO

Aluno

RECLAMAÇÕES NO PROCON-JF SOBRE AS EMPRESAS DE  
TELEFONIA MAIS MUITADAS E A REINCIDÊNCIA DE SUAS CONDUTAS.

Tema

Monografia de conclusão de Curso apresentada ao Curso de Direito, da Universidade Presidente Antônio Carlos / Juiz de Fora, como exigência para obtenção do grau de Bacharel em Direito.

### BANCA EXAMINADORA

Laura B. Vieira

Orientador

Luiana Aparecida Souza

Membro 1

Membro 2

Aprovada em 09 / 07 / 2019.

Dedico esse trabalho primeiramente a Deus, aos meus pais Rogério e Glícia, a minha avó Helba, meus irmãos e irmã e todos aqueles que estiveram ao meu lado nessa escolha e sempre me deram apoio e forças para continuar.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que sempre foi meu maior refúgio nas horas difíceis e me deu tranquilidade para entender que tudo se resolve a seu tempo.

Agradeço a meus pais, por me darem apoio quando precisei, tanto financeiro quanto moral, e me estimular sempre a ser persistente quanto aos objetivos.

Agradeço a meus irmãos, que me ouviram, estiveram sempre ao meu lado nos momentos bons e ruins.

Agradeço a minha avó, por me conceder o suporte mais importante para terminar mais essa etapa da minha vida, por sempre rezar por mim nas maiores dificuldades que tive e por ser um exemplo de mulher.

Agradeço ao Crystian Takeuchi, que me ajudou nas pesquisas feitas para esse trabalho, me incentivando sempre e me fazendo acreditar que iria dar tudo certo, que doou seu tempo e paciência por diversas vezes, em prol de me auxiliar.

Agradeço ao PROCON-JF, por me fornecer os dados que precisava para a confecção desse trabalho, por me dar a oportunidade de estagiar e receber um grande conhecimento enquanto estive vinculado ao órgão.

Posso não concordar com nenhuma das  
palavras que você disser, mas defenderei  
até a morte o direito de você dizê-las.

Evelyn Beatrice Hall

## RESUMO

Este trabalho tem o objetivo de informar aos consumidores de Juiz de Fora, o motivo pelo qual existe uma dificuldade enorme na contratação de serviços de telefonia na cidade. Primeiramente foram analisadas e conceituadas as figuras de consumidor e fornecedor, fazendo uma análise sobre as empresas de telefonia, em Juiz de Fora e demonstrando o histórico do Procon-JF, para um melhor entendimento do leitor do que foi abordado no decorrer do trabalho. Sendo também observado qual ou quais foram as condutas mais reclamadas das empresas citadas em um período específico, demonstrando através de dados fornecidos anualmente pelo próprio órgão da cidade, focando mais nas reclamações fundamentadas, ou seja, em que o consumidor tem razão em reclamar. Para tal realiza-se um paralelo do trabalho da ANATEL com as empresas de telefonia e a regularização do SAC dessas empresas. Em outro momento, relata-se a semelhança entre o caso Ford Pinto e as empresas constantes deste trabalho, o que dá margem para se estudar o que venha a ser advocacia em massa e a sua atuação nas empresas de telefonia, finalizando com o estudo das ações das empresas de telefonia destacadas, e as possíveis condutas oligopolistas ou de monopólio, destacando como essas condutas ferem o Código de Defesa do Consumidor, que já vem rechaçando as mesmas no artigo 6º, visto que esse tipo de conduta dá a falsa impressão ao consumidor de poder de escolha. O trabalho permite concluir que muitas aplicadas pelo Procon-JF não permitem a resolução dos citados problemas dos consumidores.

**Palavras-Chave:** Direito. Consumidor. Procon-JF. Telefonia. Reclamações.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2 CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR, ORIGEM DO PROCON -JF E AS EMPRESAS DE TELEFONIA DE JF .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Conceito de Consumidor e Fornecedor .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2 As Telefonias em Juiz de Fora.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Histórico do PROCON-JF .....</b>	<b>14</b>
<b>3 CONDUTAS MAIS RECLAMADAS DAS EMPRESAS DE TELEFONIA DO PROCON-JF ENTRE 2016 E 2018 .....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Reclamações fundamentadas contra as empresas de telefonia no PROCON-JF em 2018.....</b>	<b>17</b>
<b>3.2 Operadoras e ANATEL.....</b>	<b>18</b>
<b>4 CASO FORD PINTO E A SEMELHANÇA COM AS CONDUTAS DAS EMPRESAS DE TELEFONIA EM JUIZ DE FORA.....</b>	<b>21</b>
<b>4.1 A Advocacia em Massa e a sua atuação para as empresas de telefonia .....</b>	<b>22</b>
<b>4.2 Oligopólio na relação das empresas de telefonia mais reclamadas no PROCON-JF</b>	<b>23</b>
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>27</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>29</b>



## 1 INTRODUÇÃO

O PROCON-JF recebe muitas reclamações, sendo que a maioria delas são sobre empresas de telefonia que não mudam suas condutas, fazendo com que o consumidor sinta uma enorme dificuldade ao contratar esse tipo de serviço na cidade, pois todas das empresas deste ramo estão entre as mais reclamadas do *ranking* divulgado no começo do ano de 2018. (PJF, 2018).

È necessário pesquisar se realmente a simples aplicação de multa pelo órgão juiz forano, é o suficiente para que essas empresas mudem suas condutas, visto que a operadora OI por exemplo já foi multada em uma ocasião no importante de R\$ 46.875. Já o Uol e o Terra receberam, cada um, multas no valor de R\$ 28.125,00. Multas altas, porém ao ser procurada a empresa nega ter recebido as notificações ou documentos pertinentes, se abstendo da responsabilidade. (Tribuna ..., 2016).

As empresas parecem ignorar até mesmo do Código de Defesa do Consumidor, por ser realmente irrelevante para elas pagarem as multas aplicadas pelo órgão da cidade. Irá se analisar se é mais vantajoso pagar sanções ou melhorar os serviços para o consumidor final, que só é prejudicado com essas práticas reiteradas dessas empresas de telefonia da cidade de Juiz de Fora - MG.

Primeiramente serão apresentadas as empresas mais reclamadas do PROCON-JF, focando claramente nas empresas de telefonia, apresentando dados do Sistema de reclamações do órgão e de sites onde é obrigatório a divulgação do *ranking* de empresas mais reclamada no PROCON-JF, também será descrito o histórico do órgão na cidade de Juiz de Fora conceituando o que venha a ser as figuras do consumidor e fornecedor, em prol de um melhor entendimento do que irá se falar posteriormente.

Na sequencia descrevem-se as condutas mais recorrentes dessas empresas conceituadas no capítulo anterior, apresentando dados de número de reclamações, quais as mais recorrentes e as que segundo o órgão seriam fundamentadas. Explicando ainda a relação das empresas de telefonia com a ANATEL, que é a agência que regula esse serviço no país.

Por último está relacionado o caso do carro Ford Pinto com as condutas das empresas de telefonia da cidade, visto a grande semelhança em economizar com serviços obrigatórios e deixar o problema se delongar até ser solucionado de forma judicial ou administrativa. Trata-se ainda sobre a forma utilizada pela maioria das empresas de telefonia, de defesa advocatícia, que é a chamada advocacia em massa fornecendo mais uma informação de que essas

empresas economizam em todos os setores possíveis das relações estabelecidas com os consumidores.

Ainda se explica o que é oligopólio, e a relação deste com as empresas de telefonia já citadas, decaindo na falsa impressão de poder de escolha exercida sobre os consumidores de Juiz de Fora, que pensam poder escolher entre quatro empresas de telefonia que basicamente tem os mesmos serviços, com preços equiparados e problemas iguais.

Concluindo, se realmente a aplicação das multas é o mais importante, ou talvez se a conduta do próprio consumidor deve ser modificada, vê-se que as multas aplicadas são o menos importante, devendo-se observar que as sanções deveriam vir antes de virar uma contenda judicial ou administrativa, deve-se ter uma maior rigidez por parte do Ministério Público em analisar as condutas dessas empresas antes de virar ação ou reclamação administrativa, analisando a possível conduta oligopolista desse ramo de serviço em Juiz de Fora, os péssimos serviços de SAC dessas empresas, que deveriam ser o principal solucionador de questões, entre outras análises.

## **2 CONCEITO DE CONSUMIDOR E FORNECEDOR, ORIGEM DO PROCON -JF E AS EMPRESAS DE TELEFONIA DE JF**

### **2.1 Conceito de Consumidor e Fornecedor**

Pode-se dizer que esta primeira etapa do trabalho abordará questões essenciais ao conhecimento de todos, pois trata-se de relações jurídicas de consumo, que todos estão sujeitos a estabelecer, conceituando primeiramente pontos relevantes para que possa-se reconhecer consumidor, fornecedor e o histórico do PROCON-JF.

O consumidor é a parte vulnerável da relação de consumo. O Código de Defesa do Consumidor (CDC) define consumidor como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final” (art. 2º, caput, CDC). Assim fazendo, a Lei de Consumo não deixa dúvidas de que o cidadão individualmente considerado (pessoa física ou natural) é consumidor nos termos da Lei.

Crianças e adolescentes também são consumidores, bastando que o atendimento de suas demandas e pleitos ocorra com o acompanhamento de um responsável. (BESSA ; MOURA, 2014, p. 82).

Segundo Carvalho (apud MARQUES, p. 252):

“Cláudia Lima Marques observa que quando se fala em consumidor, pensa-se inicialmente na proteção do não profissional que contrata ou se relaciona com um profissional, comerciante, industrial ou profissional liberal. Deste modo, o consumidor só será assim considerado se o destino que der ao bem ou serviço adquirido for pessoal ou familiar”.

Pode-se afirmar então que o próprio Código de Defesa do Consumidor (CDC), vem trazendo em seu texto o que viria a ser a figura do consumidor, que é aquele que por último adquirirá aquele produto ou serviço, em prol de seu próprio uso ou o uso dos seus.

Existem duas linhas de pensamento quanto a definição de consumidor, uma de Marques (2013, p. 97), bastante utilizada:

É uma interpretação finalista mais aprofundada e madura, que deve ser saudada. Em casos difíceis envolvendo pequenas empresas que utilizam insumos para a sua produção, mas não em sua área de expertise ou com uma utilização mista, principalmente na área de serviços, provada a vulnerabilidade, conclui-se pela destinação final de consumo prevalente.

Assim como na teoria apresentada acima, apresenta-se a segunda linha de pensamento com relação ao que é consumidor, sendo que os doutrinadores e defensores da teoria maximalista focam na parte final do caput do artigo 2º, que seria o destinatário final do produto ou serviço oferecido no mercado de consumo.

Diferente dos finalistas, os maximalistas defendem de maneira mais ampla a expressão final do artigo 2º.

O sentido é de que o CDC não auxilia apenas o consumidor não profissional, mas defende toda relação de compra e venda existente. Também na obra de Marques (2013, p. 95), já citada anteriormente, encontra-se o que venha a ser a teoria maximalista:

A definição do art. 2º deve ser interpretada o mais extensamente possível, segundo esta corrente, para que as normas do CDC possam ser aplicadas a um número cada vez maior das relações de mercado. Consideram que a definição do art. 2º é puramente objetiva, não importando se a pessoa física ou jurídica tem ou não um fim de lucro quando adquire um produto ou utiliza um serviço.

O artigo a seguir exposto vem trazendo a figura do fornecedor, para uma melhor análise, visto que no próprio código já se consegue essa definição, *in veris*:

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços. (BRASIL, 1990).

Bessa e Moura, (2014) fazem uma crítica ao CDC tendo em vista que não define muito bem o que é fornecedor, deixando com isso uma lacuna muito grande, pois tem se correntes doutrinárias que expõem de forma diferente o que seria fornecedor, e são as divergências desses doutrinadores, que ajudam a entender melhor essa figura, pois descrevem o fornecedor

sob óticas diferentes, para não se abandonar essa questão, visto que o código traz de uma maneira muito genérica e sem explicações concretas, tanto a figura do fornecedor quanto de consumidor.

[...]o conceito de fornecedor não guarda dificuldades. O CDC estabelece no seu artigo 3º, de modo bastante genérico e propositadamente amplo, que fornecedor é “toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como entes despersonalizados, que desempenham atividades de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”[...] “Deve-se considerar que o fornecedor não precisa necessariamente auferir lucro de sua atividade, mas apenas receber uma remuneração direta ou indireta pelo produto ou serviço colocado em circulação. Assim, não importa a forma de constituição da empresa (seja ela uma pequena ou grande empresa, uma Sociedade Anônima, uma Associação sem fins lucrativos), desde que desempenhe a atividade descrita no artigo. (BESSA; MOURA, 2014, p. 86).

No caso dos fornecedores percebe-se que assim como o consumidor, o próprio código, diz que é aquele que faz circular mercadoria ou serviço, de forma onerosa, e não é o último a usufruir daquele bem ou serviço, nem ninguém de sua convivência, não se enquadrando assim na figura de consumidor nesse tipo de relação, mas se faria presente a figura do fornecedor.

Houve um maior cuidado do legislador em definir fornecedor no CDC, indicando, até mesmo, o que venha a ser serviço e o que é produto como citado no artigo acima, e assim surge a diferença quanto a definição de consumidor feita no artigo 2º, que deu margem ao surgimento das teorias já citadas acima, que buscou explicar o que o legislador não conseguiu, mas no caso dos fornecedores teve êxito.

Cabe ressaltar que para que seja a parte contrária da relação de consumo, ou seja, o fornecedor, devem ser observadas, a habitualidade deste para prestar o serviço ou vender o produto relacionado à atividade principal.

Basicamente se diz então que fornecedor é exatamente o que está descrito no Artigo 3º do CDC, não sendo necessárias análises extras para interpretar o que o legislador quis definir como fornecedor.

## 2.2 As Telefonias em Juiz de Fora

As empresas mais reclamadas do PROCON-JF, no setor de telefonia, e as que serão citadas neste trabalho para análise mais detalhada de suas reclamações e as práticas mais reclamadas, são das empresas Telemar Norte e Leste S.A, Telefônica Brasil S.A, Tim Celular S.A e Claro S.A. Será feita uma análise de todas essas empresas nos anos de 2016, 2017 e 2018 com dados do Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor (Sindec), que é um sistema informatizado que integra processos e procedimentos relativos ao atendimento aos consumidores nos Procons. Com seus diversos tipos de procedimento, o Sindec procura dar aos órgãos de defesa do consumidor diversas alternativas e formas diferentes para gerir as demandas .

O conceito de telecomunicação abarca as etapas para o funcionamento do sistema de comunicação, começando com o projeto até implantação e como gerir. A palavra ‘tele’ vem do grego e quer dizer longe. Então, as telecomunicações podem ser tratadas como comunicação à distância.

Há uma particularidade na cidade de Juiz de Fora, que em 26-12-2005, sancionou uma lei municipal Lei nº11.045, na qual institui normas gerais para instalação de estações de telecomunicação na cidade de Juiz de Fora. Porém essa lei foi muito inflexível quanto ao fato de restringir a instalação de torres de transmissão de sinal, alegando ser prejudicial a saúde da população, incidindo até mesmo em aparecimento de câncer, sem ter nenhum estudo especializado sobre tal fato. Então em 17-03-2009 foi discutido na Câmara Municipal esse assunto, visando um estudo e flexibilização maior quanto à Lei acima citada, visto que já estava suspensa em caráter liminar pela justiça à época dessa discussão, para uma melhora no sinal das operadoras da cidade, claro com baseamento de estudos feitas na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), que o uso do celular ou as antenas, não causariam câncer, visto que se isso fosse real, diante do fato que no Brasil existem cerca de 45 mil antenas, com certeza haveria um aumento considerável nos casos de câncer, o que não ocorreu, muito pelo contrário, com a evolução a tecnologia e o uso do celular pode-se verificar a quantidade de vidas que foram salvas através do uso das tecnologias. (GRUPPI, 2009).

### 2.3 Histórico do PROCON-JF

A Agência de Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) de Juiz de Fora está situado na Avenida Itamar Franco, 992, Centro, fundada na lei Nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o famoso CDC:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:

II – ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

a) por iniciativa direta; [...] (BRASIL, 1990).

O PROCON de Juiz de Fora foi criado em 30 de abril de 1.986, pelo Decreto nº 3482, no intuito de proteger toda a população de Juiz de Fora como em outras iniciativas, foi iniciante no programa entre as cidades do interior de Minas, buscando se espelhar primariamente nas cidades de Belo Horizonte e São Paulo, atendendo o público consumerista da melhor forma possível, com os recursos que provinha segundo o site do Procon/Jf:

[...] O impasse foi muito grande. A resistência dos lojistas, comércio em geral, bancos, financeiras e setor imobiliário foi enorme. Com o quadro e espaços reduzidos, o PROCON/JF passou a contar um advogado, como Secretário Executivo, uma advogada, dois estagiários, dois funcionários de nível 2º grau, um funcionário contratado e um estudante de jornalismo, responsável pela divulgação das informações. Nessa época, não existia o Código de Defesa do Consumidor. As orientações eram dadas com base na Lei de Economia Popular, na Lei do Inquilinato e, claro, nas legislações cível, comercial e penal. [...]” (PJM [2003 ?], não paginado).

O PROCON teve algumas sedes na cidade até se estabelecer fixamente em seu endereço atual, as mudanças ocorreram por conta basicamente, do constante aumento da demanda de consumidores que desde o início foram consideráveis.

[...] Naquela época a resistência era muito grande e o inconformismo dos reclamados quase sempre gerava um clima tenso, quando alguns deles, notificados a comparecer no órgão, chegavam exaltados - a ponto de um reclamado chegar a retirar um revólver e o colocar em cima da mesa de audiência -, o que fez com que fosse necessária a

presença constante de um policial federal para manter a ordem, prestar segurança nas diligências externas e zelar pela integridade física dos funcionários. Com a grande demanda, o PROCON/JF passou a contar com mais dois advogados e quatro estagiários, além de uma assistente social. E, ainda, um representante do Ministério Público Estadual, o Promotor de Justiça, Dr. RAIMUNDO PEREIRA GUEDES, ficando à disposição caso fosse necessária sua intervenção. [...] (PJF [2003 ?], não paginado).

[...] Era o ano de 1987. Com o advento da Constituinte, que se formou para redigir a nova Constituição da República, os PROCON'S do Brasil fizeram um movimento em favor da inclusão da defesa do consumidor como princípio constitucional.[...]” (PJF [2003 ?], não paginado).

Aos poucos o programa foi se desenvolvendo mais eficientemente e recebendo mais incentivos para que pudesse crescer e atender de forma resolutiva o consumidor, que vinha se informando mais sobre os direitos e ônus ao adquirir bens ou serviços.

[...] Na administração de 1989 a 1992, a defesa do consumidor no Brasil passou para uma nova fase, com o advento do CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR, em 11/09/1990, passando a vigorar em 11/03/1991.

De imediato foi ampliado o quadro de estagiários atendentes para trinta e três (33) estudantes de Direito, distribuídos em dois turnos e dez (10) funcionários. Face as mudanças ocorridas na legislação e a necessidade deste departamento adequar-se às novas tendências, uma ação imediata de implementação legal era necessária. Este anseio foi prontamente atendido pelo Poder Executivo que enviou à Câmara o Projeto de Lei de Criação do Sistema Municipal de Proteção e Defesa do Consumidor. [...] (PJF [2003 ?], não paginado).

[...] O PROCON/JF, comparado aos PROCON's de outras cidades menores, de mesmo porte e de algumas capitais, está muito melhor estruturado. Mas, se levamos em consideração o investimento e a tecnologia empregada, ainda tem muito a ser conquistado.

Entretanto, em 21 de novembro de 2003 entrou em vigor a nova estrutura do órgão como Agência de Proteção e Defesa do Consumidor de Juiz de Fora - PROCON/JF, com a publicação da Lei 10.589, que fixa princípios e diretrizes de gestão e dá outras providências e, revoga as disposições em contrário, observadas as disposições transitórias precedentes. (PJF [2003 ?], não paginado).

Depois de tantas conquistas e crescimento pode-se dizer que o PROCON-JF, e a população que a utiliza, deve ter orgulho do sistema de defesa do consumidor presente em neste município, pois tem uma grande responsabilidade na criação de leis de consumo protetoras aos elos mais fracos da relação consumerista que é o consumidor final.

### **3 CONDUTAS MAIS RECLAMADAS DAS EMPRESAS DE TELEFONIA DO PROCON-JF ENTRE 2016 E 2018**

As empresas de telefonia citadas no capítulo anterior tem um grande número de reclamações no PROCON de Juiz de Fora e as condutas mais reclamadas são de cobranças indevidas nos planos contratados pelos consumidores da cidade. Conforme a Lei 13452, de 19 de outubro de 2016, a administração da cidade de Juiz de Fora é obrigada publicar o ranking dos dez fornecedores com maior índices de atendimentos realizados PROCON. Todo ano no dia 15 de março (dia internacional do consumidor) o órgão faz a divulgação da lista de reclamação fundamentada com base no art. 44 do CDC com o *ranking* do qual todos podem conferir a postura de cada fornecedor perante o órgão, em prol de alertar a população dos erros que são cometidos para todos ficarem mais atentos, nas contratações de planos e em verificar sempre o teor das contas mensais para não ser cobrado indevidamente por serviços não utilizados ou prestados de forma incorreta.

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor. (BRASIL, 1990).

Nesse capítulo será evidenciado em forma de dados os números de atendimento das quatro empresas de telefonia de Juiz de Fora entre os anos acima descritos, juntamente com as condutas mais reclamadas. Os consumidores tem uma grande importância nas atitudes reiteradas das empresas de telefonia ao não reclamarem sobre fatos que talvez julguem sem muita importância ou um valor pequeno, mas deve-se sempre reclamar os direitos para que estes não sejam cerceados futuramente.

Algumas dicas são importantes para que como consumidores tenham todas atitudes que ajudem aos órgãos fiscalizadores a impor uma mudança de conduta dessas empresas, em prol de toda a população que almeja ter uma melhora nesse tipo de serviço, visto que apesar de ter uma certa gama de escolhas de empresas, não se vê grandes diferenças entre suas condutas.

### 3.1 Reclamações fundamentadas contra as empresas de telefonia no PROCON-JF em 2018

Segundo a lista de reclamações fundamentada 2018, pode-se observar de forma clara e numérica a lista das reclamações do PROCON-JF, observando que as empresas de telefonia estão entre as 10 mais reclamadas, com uma empresa excepcionalmente, liderando essa lista do ano de 2018, a Sim TV que nesse ano exclusivamente teve um grande número de reclamações devido ao fechamento da empresa sem prévia ciência de seus clientes, que não souberam o que fazer diante de tal fato e procuraram ajuda do PROCON, para solucionar a lide, seguido logo pela empresa de telefonia Telemar, algumas empresas de venda de produtos e bancos logo após, e voltando novamente às empresas de telefonia TIM, Telefônica e Claro, mas estando quase em todos os anos entre as 10 empresas mais reclamadas do órgão, as empresas mais conhecidas e utilizadas, de telefonia da cidade. Lista que pode ser vista na integralidade, no *link* da PJF – PROCON reclamações de 2018 .

Quando se diz que excepcionalmente a empresa Sim TV liderou a lista de reclamações no ano de 2018, é porque a Telemar Norte e Leste S/A. (OI), vinha liderando essa lista já a alguns anos, por motivos como cobrança indevida, que lidera as reclamações contra a OI como problema mais recorrente, rescisão ou alteração de contrato e mal fornecimento de serviços ou o não fornecimento desses.

[...] Para o superintendente do Procon, Eduardo Schröder, em função do processo de recuperação judicial, a OI vive um momento de “paralisia”. Só o órgão em Juiz de Fora teria mais de R\$ 4 milhões em multas a receber, cifra acumulada desde 2007. Schröder afirma que o Procon tem adotado as providências cabíveis, com a aplicação das penalidades previstas, sem, no entanto, alcançar os resultados esperados. Na sua avaliação, o pedido pela suspensão do serviço, na prática, poderia penalizar mais o usuário do que a própria empresa. “A empresa não alcança os índices de satisfação porque falta investimento.” A estimativa é que a cada dez pessoas que chegam ao Procon, duas vão para reclamar contra a OI. [...](COSTA, 2018, não paginado).

Os problemas, como já dito não são exclusivos da OI. Na lista das dez mais reclamadas de 2018, quatro delas são empresas de telecomunicações. A OI em primeiro, com 429 registros de reclamações (22,32%), seguida pela Tim com 83 queixas (4,32%) e a Claro 81 (4,21%) e por último ficou a Vivo, com 74 reclamações (3,85%). (COSTA, 2018).

Ainda de acordo com Costa (2018, não paginado); “Em resposta, a OI, por meio de sua assessoria, afirma que investiu mais de R\$ 191,2 milhões em Minas Gerais no primeiro semestre deste ano, o que representa crescimento de 9% na comparação com igual período do ano passado”.

A OI afirma que 34 novos *sites* de telefonia móvel foram ampliados, melhorados em Minas, em Juiz de Fora, a companhia possui hoje 149 *sites*, em funcionamento, sendo 2G, 3G e 4G. Dos meses de janeiro a setembro do ano de 2018, a empresa reduziu 15% das reclamações do PROCON. (COSTA, 2018).

Diante de todos esses dados, pode-se dizer que aparentemente não se vê essa redução de reclamações nem mesmo o fato de a empresa investir em melhorias, visto que diante de tantas reclamações, e insatisfação dos consumidores, somente vendo os números descritos acima se pode acreditar em tais afirmações, mas claramente que as outras três empresas mais reclamadas do PROCON-JF geram um grande número de reclamações e insatisfação dos consumidores, dando a impressão que o consumidor juiz-forano tem poder de escolha quando contrata serviço de telecomunicação, quando na verdade enfrenta os mesmos problemas nas opções de empresas de telecomunicação que tem na cidade causando um número excessivo de reclamações neste setor, uma falta de respeito para com o consumidor que claramente sofre com esse tipo de serviço mal prestado, sendo este um serviço essencial.

### **3.2 Operadoras e ANATEL**

Em se tratando das operadoras de telecomunicação, existe um decreto Lei nº 6.523, de 31 de Julho de 2008, que regulamenta normas do Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC, onde se pode ver em seu Artigo 2º a definição desse serviço. De acordo com Brasil (2008, não paginado):

[...] Art. 2º Para os fins deste Decreto, compreende-se por SAC o serviço de atendimento telefônico das prestadoras de serviços regulados que tenham como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos e de serviços.

Parágrafo único. Excluem-se do âmbito de aplicação deste Decreto a oferta e a contratação de produtos e serviços realizadas por telefone. [...] (BRASIL, 2008).

Nesse decreto o doutrinador quis não somente atender os consumidores do ramo de telecomunicação, mas de qualquer empresa prestadora de serviços regulamentados como dito

no artigo acima citado. No contexto desse trabalho, o foco é nas empresas de telefonia de juiz de fora e na Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), demonstrando que as empresas de telefonia que atendem a cidade de Juiz de Fora, por mais que tenham, como todas empresas regulamentadas pela Lei do SAC, que atender aos critérios da Lei, não o fazem como demonstrado claramente pelos números de reclamações no PROCON da cidade.

Boa parte das reclamações são feitas depois de tentar solucionar o problema por meio do serviço de SAC, serviço este que não tem um investimento das empresas e não solucionam as reclamações dos consumidores, obrigando a parte vulnerável dessa relação a ter que fazer uma reclamação no órgão, para ter seu problema solucionado, o que também se constata através dos números de reclamações no PROCON de Juiz de Fora que são atendidas pelas empresas, chegando a ser mais de 90% das reclamações atendidas pelas empresas, ou seja basta uma reclamação de forma mais explicativa para a empresa, de modo que o colaborador do órgão ouve o problema e consegue passar para a empresa de uma forma jurídica, para ser o pleito do consumidor atendido.

Isso demonstra que as empresas de telefonia ou não investem em mão de obra para que os atendentes entendam o que o consumidor quer sem que ele precise reclamar no PROCON, ou não tem o interesse em solucionar os problemas de forma célere, de modo a ganhar tempo usando o Estado e seus recursos para sanar essas reclamações, ou seja, usando dinheiro e órgãos públicos como SAC das empresas, atendendo aos consumidores somente quando reclamam de forma administrativa ou judicial.

A ANATEL, que é a primeira agência reguladora instalada no Brasil, foi criada pela Lei 9.472/1997, Lei Geral de Telecomunicações, tem o dever de regularizar o setor de telecomunicações em todos território nacional.

As ações mais recentes da Agência, como o bloqueio de celulares em situação irregular, o desligamento do sinal analógico de TV, a implementação do nono dígito na telefonia móvel e a imposição de obrigações nos editais de licitação para as prestadoras cobrirem regiões de pouca atratividade, são de suma importância para a melhora desses serviços no Brasil e mais especificamente para a cidade de Juiz de Fora.

Desde sua criação até os dias atuais a Anatel trouxe avanços na evolução de sinal de internet móvel 3G, 4G e a preparação para o 5G; a portabilidade de números para qualquer operadora da escolha do consumidor; o melhoramento dos direitos dos consumidores, entre outras melhorias em prol de atender o pleito dos consumidores. (ANATEL, 2018).

A Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), em parceria com a União Internacional de Telecomunicações (UIT), elaborou um curso introdutório e gratuito

sobre direitos do consumidor de serviços de telecomunicações no Brasil. Ele é voltado a todos consumidores interessados no tema e, em especial, aos profissionais de entidades de defesa do consumidor e membros dos Conselhos de Usuários. O conteúdo está dividido nos seguintes módulos:

Módulo 1: Como está organizado o mercado de serviços de telecomunicações

Módulo 2: A regulação setorial e a legislação sobre direitos dos consumidores

Módulo 3: Papel da Anatel na relação com o consumidor e atuação de outras entidades

Módulo 4: Oferta de serviços de telecomunicações

Módulo 5: Atendimento dos consumidores

Módulo 6: Cobrança pelos serviços

Módulo 7: Outros regulamentos. [...] (ANATEL, 2019, não paginado).

Conforme citado o curso é acessível e gratuito, como já dito aberto ao público consumidor desse tipo de serviço e focam na participação dos profissionais que defendem esses direitos, assim como os membros de conselho de usuários para passar para esses consumidores os direitos que tem e incentivar o ato de reclamar quando for lesado, ou quando lhe for cerceado o direito de ter um serviço digno, visto que arca com as obrigações e pretende ter os serviços prestados de forma adequada e como contratado. O curso é acessado de forma fácil através do site da ANATEL, de acordo com a URL apresentada nas referências.

#### 4 CASO FORD PINTO E A SEMELHANÇA COM AS CONDUTAS DAS EMPRESAS DE TELEFONIA EM JUIZ DE FORA

O capítulo a seguir será direcionado a analisar o caso Ford Pinto, e correlacionar com as condutas adotadas pelas empresas de telefonia a que se tratam esse trabalho.

Assim, pode-se afirmar que o fato de as empresas em geral, se proporem a deixar o problema do consumidor ser solucionado somente quando esse formaliza uma reclamação em um órgão administrativo ou judiciário, deixa claro que o custo de se escolher essa forma de solucionar, ou seja, judicializando, é bem mais baixo do que de fato, solver a lide do consumidor, de forma rápida e bilateral, entre empresa e consumidor.

A *Ford Motor Company*, famosa fabricante e montadora de veículos, em 1970 lançou o carro Ford Pinto, nos Estados Unidos, foi um sucesso de vendas. Mas, o veículo tinha um grave defeito, que vinha de fábrica, qual seja: em batidas traseiras, com velocidade de 32Kmh ou mais o reservatório de combustível podia se romper e pegar fogo, visto que este era posicionado de forma a deixá-lo vulnerável.

Foi descoberto posteriormente que a Ford havia feitos diversos estudos sobre acidentes envolvendo o carro, chegando a conclusão de que se fosse fazer o *recall* dos veículos, gastaria US\$ 11,00, para cada automóvel, dando um custo total de US\$ 137 milhões, ainda fizeram cálculos sobre uma possível indenização para mortes evitáveis que seria de US\$ 200.000, US\$ 67.000 para cada indenização de queimadura grave e um custo de US\$ 700 para cada carro a ser reparado após um acidente. Então foi feita uma possibilidade de 2.100 veículos incendiados, 180 pessoas queimadas gravemente, 180 pessoas mortas e o custo total dessa possibilidade seria de US\$49.500 milhões. E o que se pode entender desses dados é que a empresa preferiu judicializar o problema pois seria mais barato e mais moroso, não tendo que tirar dos cofres da empresa uma quantia alta toda de uma vez, pouco se importando com as vidas que seriam possivelmente perdidas por tal irresponsabilidade. (UCHIMURA; LIMA, 2017).

[...] O escândalo do Ford Pinto resultou em um processo criminal contra a Ford por homicídio doloso, movido pela promotoria do estado do Indiana após três mulheres morrerem queimadas no veículo. O memorando tornou-se uma prova de que a Ford assumiu o risco, sabendo que poderia provocar fatalidades. Foi a primeira vez que uma empresa norte-americana foi acusada de assassinato, porém, o júri absolveu a Ford. (TITULO..., 2018, não paginado).

Pode-se dizer então que assim como no caso acima mencionado, as empresas de telefonia mais reclamadas do PROCON-JF, também utilizam das mesmas condutas em prol de um custo menor e maior tempo para solucionar a demanda dos consumidores. Como já dito anteriormente na prática essas empresas de telefonia não investem em setores da empresa que seriam de extrema importância para solução de tais problemas, como infraestrutura empresarial e no caso específico de melhora de rede, vendas de serviços e produtos e principalmente no SAC.

Dessa forma o consumidor terá sempre um problema quanto ao serviço contratado, ou terá uma contratação feita de forma inadequada, visto que os vendedores não repassam, em muitas das vezes a informação correta ao consumidor, e quando esse então cliente da empresa entra em contato pelo SAC para tentar solucionar qualquer que seja o problema, também não terá êxito, visto que os profissionais dessa área não são treinados de maneira adequada, recebem pouco e trabalham muito, não conseguem entender o problema questionado pelo consumidor, que ficará sem uma solução, e é o momento em que o consumidor irá se dirigir até o PROCON, ou diretamente no Judiciário, onde será atendido por alguém com mais boa vontade e preparação para entender o questionamento, transcrever esse relato de forma mais esclarecedora para a empresa, que resolverá. Essa forma de solução atinge mais de 90% das reclamações em se tratando do PROCON-JF.

A opção das empresas em judicializar, na maioria das vezes, os problemas empresariais, vai além de ter um custo menor e um tempo maior, poupando até mesmo em serviços que deveriam ter obrigatoriamente, o melhor fornecimento, como o SAC, fazendo com que o Estado faça esse papel, solucionando as lides das empresas por meio de órgãos judiciários e administrativos. Fica claro como é vantajoso para essas empresas o simples fato de ficar inerte com relação às reclamações feitas diretamente à elas pelo cliente daquele serviço, e permitir que essa pessoa tente achar uma solução para o questionamento, por tantas vezes e não tenha uma solução, até finalmente procurar solver o problema judicialmente ou administrativamente.

#### **4.1 A Advocacia em Massa e a sua atuação para as empresas de telefonia**

Irá ser tratado neste momento do trabalho, no que desaguou a profissão do advogado que exerce a chamada advocacia em massa, que é menos custosa para as empresas, visto que lida com casos simples e de muita semelhança e mais vistos nas áreas consumerista e trabalhista. Por se tratar de grandes números de processos as defesas são muitas das vezes de

forma padrão, demandando menos tempo e menos atividade intelectual, sendo que muitas vezes não soluciona o problema do consumidor, pois aquele representante não tem contato direto com a empresa, dificultando a tentativa de resolução de conflito até mesmo em órgãos administrativos como o PROCON, além de ter que lidar com um número excessivo de processos, tendo um risco maior na perda de prazos, e claro que os honorários são baixos, dificultando a qualificação do profissional e banalizando a profissão.

É claro que esse tipo de serviço tem seus pontos positivos se for analisar o grande número de processos que o advogado ou o escritório receberá, ganhando pela quantidade, e pela forma de ter seu trabalho reconhecido, visto que tais representantes estão as vezes, o dia todo, em contato com o público que futuramente, pode vir a ser seu cliente ou cliente do escritório, ainda é uma alternativa muito utilizada por profissionais recém-formados, em prol de ter essa visibilidade e experiência com tantos processos. (ULTIMATUM, 2016).

Ocorre que tal ramo da advocacia está prestes a ser modificado, com a chegada da advocacia em massa exercida por robôs, que pensarão e decidir sobre assuntos repetitivos e de fácil interpretação, no lugar de advogados que fariam esse tipo de serviço, com um custo muito baixo, com qualidade e com nível de acertos considerável, o que permite perceber que essas empresas estão a busca de soluções simples e baratas, sem preocupação como consumidor final.

Para muitos profissionais se torna uma incerteza para o futuro e receio de não conseguir se adequar as novas evoluções como já ocorreu na revolução industrial e a revolução tecnológica, mas é inevitável que esses tipos de avanços ocorram com mais frequência com o passar dos anos, além de ser vantajoso para toda a população, gerando novos empregos e profissões ainda inexistentes.

#### **4.2 Oligopólio na relação das empresas de telefonia mais reclamadas no PROCON-JF**

A competição faz parte do mundo dos negócios. A legislação pátria garante a livre iniciativa e concorrência, exceto nas questões em que a própria constituição federal prevê o monopólio de exploração de determinada atividade. O monopólio das telecomunicações no Brasil foi quebrado na década de 1990, com a privatização do sistema Telebrás.

O Brasil adota um sistema de mercado, no qual a chamada “mão invisível” defendida por Adam Smith se traduz no sistema de preços e na lei da oferta e da procura.

Assim, através do sistema de preços, consegue-se algumas informações como, por exemplo:

- quanto custa para produzir aquele produto ou serviço;
- quanto as pessoas estão dispostas a pagar por aquele serviço ou produto;
- o preço dá um incentivo para que as pessoas encontrem alternativas mais eficientes para suprir a necessidade

Já o oligopólio ocorre quando determinado setor da economia conta com um pequeno número de empresas oferecendo certo produto ou serviço. Pode existir tanto de forma natural como de forma estruturada.

Em um mercado competitivo, há várias empresas disputando espaço pela preferência dos clientes. Essa disputa faz com que os preços dos produtos se reduzam, favorecendo o consumidor final.

No oligopólio, poucas empresas disputam espaço pela preferência do consumidor. De tal forma que os preços podem ser maiores que em um mercado competitivo.

Os oligopólios podem surgir em um certo mercado de forma natural. Isso ocorre, por exemplo, em áreas em que é necessária uma produção em larga escala e a participação de pequenos produtores não é incentivada. Nesse caso, apenas grandes empresas prosperam.

Também pode surgir oligopólio quando, para o exercício de determinada atividade, é necessária alguma intervenção ou autorização estatal para o funcionamento. É o caso de atividades que dependam de algum tipo de alvará ou concessão.

Oligopólios, assim como monopólios, se formam ainda a partir da fusão e incorporação de empresas que antes eram concorrentes.

Essa situação cria uma grande economia de escala. Isto é, conforme a empresa eleva sua participação no mercado, ela consegue grandes economias através da diluição de custos fixos. Isto faz com que seja comum existirem poucas e grandes empresas no setor. Além disso, dificulta que novos players entrem no mercado, pois a empresa teria que crescer bastante para diluir seus custos e tornar-se lucrativa. Algumas características de um mercado oligopolista, portanto, são:

- Presença de poucas empresas no mercado. Em geral, duas ou três de grande porte;
- Preços são controlados ou apresentam pequena variação;
- Empresas são interdependentes. A ação de uma afeta e incentiva as demais;
- Existem barreiras para a entrada de novos competidores.

Para entender melhor o que é oligopólio, é importante saber qual é a alternativa a ele. De acordo com economistas, o modelo ideal de mercado é aquele que opera seguindo o conceito conhecido como Concorrência Perfeita.

Nesse modelo, existe grande quantidade tanto de oferta quanto de procura. Dessa forma, vendedores e compradores não conseguem, de maneira individualizada, influenciar os

preços desse mercado. Quando há concorrência perfeita, pode-se perceber a presença de 3 características:

- Pouca ou nenhuma diferença entre os produtos;
- Mercado opera em condições de transparência ;
- Saída e entrada no mercado é livre.

O oligopólio e o monopólio ferem o que trata o Artigo 6º do CDC em seu inciso II mais especificamente, visto que essa forma de atendimento pelas empresas vai dar a falsa impressão de que o consumidor tem assegurada a sua liberdade de escolha e igualdade na contratação, o que no caso da empresas de telefonia em Juiz de Fora, não acontece, como se mostra através dos dados anuais lançados pelo PROCON da cidade, que essas empresas tem o mesmo modo de operar e tratar os seus clientes.

Nunes (2000, p. 106) corrobora esse raciocínio:

[...] o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico. O primeiro está ligado aos meios de produção, cujo conhecimento é monopólio do fornecedor. E quando se fala em meios de produção não se esta apenas referindo aos aspectos técnicos e administrativos para a fabricação de produtos e prestação de serviços que o fornecedor detém, mas também ao elemento fundamental da decisão: é o fornecedor que escolhe o que, quando e de que maneira produzir, de sorte que o consumidor está à mercê daquilo que é produzido.

O modelo de oligopólio a ser mencionado neste trabalho é de fixação simultânea de preço e qualidade dos serviços das empresas de telefonia, ocorre quando se tem duas empresas ou mais no mercado, fornecendo o mesmo serviço ou serviços, de forma igual com qualidade também parecida e preços padronizados, dando ao consumidor uma falsa impressão de que ele tem escolha ao ter várias empresas prestando o mesmo serviço na sua localidade, porém o que ocorre é que o cliente ao transferir os serviços para uma outra empresa, de telefonia no caso, não irá ver grande diferença na qualidade do serviço e no preço que pagará, também não conseguirá solucionar as demandas de forma conciliatória.

[...] O comportamento de duas empresas que concorrem através da determinação de seus preços. Como as duas empresas vendem exatamente o mesmo produto, caso uma empresa esteja com o preço maior do que a outra todos os consumidores vão comprar da empresa que vende mais barato. Caso ambas cobrem o mesmo preço, então metade

dos consumidores comprará de uma empresa e a outra metade comprará de outra[...]. (RIELLA, 2018, p. 215).

O oligopólio faz parte da economia, mas é claro que na área jurídica é muito estudado, por se tratar de um assunto do qual tem seu maior exemplo no serviço de telefonia, mais especificamente o serviço de internet banda larga, pode-se dizer que 90% desse tipo de serviço no Brasil é controlado pelas empresas de telefonia, que por coincidência ou não são as mais reclamadas do PROCON desta cidade. Gerando, assim, um serviço caro e mal prestado caracterizando o oligopólio e dificultando e muito a contratação de uma empresa de telefonia que atenderá ao consumidor, fornecendo adequadamente, um serviço que nos dias atuais é imprescindível. (TENDÊNCIA..., 2017).

As empresas de telefonia mais reclamadas em Juiz de Fora são a Vivo, Claro, Tim e Oi, que como dito anteriormente dão a falsa impressão de que o consumidor juizforano pode escolher em ter um serviço de telefonia prestado de forma diferente, com qualidade distinta e preços competitivos, quando na verdade, o que ocorre é que essas empresas se envolvem em séries de reclamações com o mesmo teor, e as tratam de forma basicamente igual, ou seja dificultando ao máximo o consumidor em solucionar a contenda.

Isso da margem à grande demanda da advocacia em massa também já tratada neste trabalho, das quatro empresas citadas anteriormente, somente a Oi soluciona suas demandas judiciais e administrativas na cidade de Juiz de Fora, por meio de uma equipe de funcionários da própria empresa, sendo que as outras três na maioria das demandas buscam o auxílio de escritórios de advocacia, muitos especializados em advocacia em massa.

## 5 CONCLUSÃO

Pode-se concluir que somente aplicação de multas pelo PROCON, não é suficiente para responsabilizar as empresas com relação aos consumidores, demonstrou-se que é mais complexo, visto que as empresas de telefonia da cidade, na maioria das vezes em que os consumidores procuram seus direitos de forma administrativa ou judicial, tem seu pleito atendido, o que impede de serem aplicadas multas, visto que o problema foi solucionado. O meio utilizado pelas empresas reclamadas é basicamente diminuir custos, tanto dos serviços fornecidos quanto dos serviços da própria empresa como o SAC, que se tivessem um investimento maior, neste sentido, teria uma diminuição drástica nos números de reclamações, que poderiam ser solucionados de forma mais fácil e diretamente entre consumidores e empresas.

Nota-se então que os problemas recorrentes dessas empresas seriam mais facilmente solucionados se houvesse um combate ao oligopólio no ramo de telefonia em Juiz de Fora, visto que através dessa prática as empresas cortam gastos necessários para o bom funcionamento dos serviços vendidos para os consumidores, e dos serviços utilizados para solução os problemas dentro da empresa ou fora dela, como dito no trabalho.

Referente a advocacia em massa, conclui-se que essa modalidade é uma forma de banalizar a profissão do advogado, que não necessita de grandes empenhos para exercê-la, visto que são demandas repetitivas e de fácil solução e ainda tem suas diligências, muitas vezes terceirizadas ou até mesmo quarterizadas, por outros escritórios, ocasionando assim uma difícil solução para as demandas do consumidor, pois muitas vezes esses prepostos não tem um contato direto com o escritório de origem ou com a própria empresa o que dificulta as resoluções das contendas que são levadas ao judiciário ou à órgãos administrativos como o PROCON.

Concluindo, se realmente a aplicação das multas é o mais importante, ou talvez se a conduta do próprio consumidor deve ser modificada, vê-se que as multas aplicadas é o menos importante, devendo-se observar que as sanções deveriam vir antes de virar uma contenda judicial ou administrativa, deve-se ter uma maior rigidez por parte do Ministério Público em analisar as condutas dessas empresas antes de virar ação ou reclamação administrativa, analisando a possível conduta oligopolista desse ramo de serviço em Juiz de Fora, os péssimos serviços de SAC dessas empresas, que deveria ser o principal solucionador de questões, entre outras análises.

A conduta dos consumidores é claro que tem grande importância para que todas as soluções possíveis possam surgir. Pois com o maior número de reclamações, tanto judiciais quanto administrativas, haverá também uma maior visibilidade por parte dos órgãos fiscalizadores que irão agir em prol de solucionar o grande número de reclamações e as condutas reiteradas desses fornecedores de serviço.

## REFERÊNCIAS

ANATEL. Telecomunicações: 2018. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/institucional/ultimas-noticiass/2118-primeira-agencia-reguladora-do-brasil-anatel-comemorou-21-anos-de-atuacao>>. Acesso em: 1 abr. 2019

\_\_\_\_\_. Curso "Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações": 2019. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/consumidor/curso-sobre-direitos-do-consumidor>>. Acesso em: 1 abr. 2019.

---

BESSA, Leonardo Roscoe; MOURA, Walter José Faiad de. **Manual de Direito do Consumidor**. 4. ed. rev. atual. Brasília: SENACON, 2014.

BRASIL. **Lei nº. 8.078**, de 11 de setembro de 1990. Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078.htm)> Acesso em: 22 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. **Decreto nº 6.523**, de 31 de julho de 2008. Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6523.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Decreto/D6523.htm)> Acesso em: 1 abr. 2019.

CARVALHO, Diógenes Faria. **Teoria Geral do Direito do Consumidor**: 2011. Disponível em: <[http://www.esmeg.org.br/pdfMural/direito\\_consumidor\\_-\\_dr.\\_diogenes\\_01-12-2011.pdf](http://www.esmeg.org.br/pdfMural/direito_consumidor_-_dr._diogenes_01-12-2011.pdf)>. Acesso em: 27 fev. 2019.

COSTA, Fabíola. OI não alcança qualidade mínima da telefonia móvel em JF: 2018. Disponível em: <<https://tribunademinas.com.br/noticias/economia/02-11-2018/oi-nao-alcanca-qualidade-minima-da-telefonia-movel-em-jf.html>>. Acesso em: 27 mar. 2019.

GRUPPI, Daniele. Instalação de antena de telefonia celular em Juiz de Fora gera polêmica: 2009. Disponível em <<https://www.acesa.com/cidade/arquivo/jfhoje/2009/03/17-telefonia/>>. Acesso em: 26 mar. 2019.

JORNAL Tribuna de Minas, 2018 Juiz de Fora: Tribuna de Minas Disponível: <https://tribunademinas.com.br/noticias/economia/23-01-2018/procon-divulga-lista-das-10-empresas-mais-reclamadas.html>. Acesso em 07 jun. 2019.

MARQUES, Cláudia Lima. **Contratos No Código De Defesa Do Consumidor**. 6 ed. São Paulo: RT, 2013.

NUNES, Luiz Antonio Rizzatto. Comentários ao Código de Defesa do Consumidor: direito material (arts. 1º a 54). São Paulo: Saraiva, 2000.

9.0 O TANQUE de combustível explosivo do Ford Pinto, **UOL**, 2018. Disponível em <<https://motor1.uol.com.br/photo/3101544/ford-pinto/>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

PJF. Agência de Proteção e Defesa do consumidor – PROCON Apresentação: [2003?]. Disponível em: <[https://www.pjf.mg.gov.br/administracao\\_indireta/procon/](https://www.pjf.mg.gov.br/administracao_indireta/procon/)>. Acesso em: 27 fev. 2019.

RIELLA, Gil. **Notas de Aula – Microeconomia**: 2018. Disponível em: <<https://docs.google.com/a/nyu.edu/viewer?a=v&pid=sites&srcid=bnl1LmVkdXxnaWwtcmllGxhLXMtcGFnZXxneDo3Mzl1MjM1YTdiZWZWRmZjl>>. Acesso em 30 abr. 2019.

TENDÊNCIA do mercado de telecomunicações é de oligopólio, **4NEWS**, 2017. Disponível em <[www.4newsmagazine.com.br/?economia/tendencia-do-mercado-de-telecomunicacoes-e-de-oligopolio](http://www.4newsmagazine.com.br/?economia/tendencia-do-mercado-de-telecomunicacoes-e-de-oligopolio)>. Acesso em: 30 abr. 2019

UCHIMURA, Guilherme Cavicchiolli; LIMA, Vigo de. Direito Violação e Tecnicidade: A Análise Econômica do Direito nas concepções de Coase e Brown. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rdp/v9n4/2179-8966-rdp-9-4-2143.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

ULTIMATUM. Carreira Advocatícia Sem Categoria. 2016. Disponível em <<https://www.ultimatum.com.br/qual-caminho-seguir-advocacia-boutique-ou-de-massa/>>. Acesso em 29 abr. 2019.