



**UFMG**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS  
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**DJALMA EUDES DOS SANTOS**

**O FENÔMENO CONSUMERISTA  
E OS MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL**

**BELO HORIZONTE  
Dezembro de 2009**

**Djalma Eudes dos Santos**

**O FENÔMENO CONSUMERISTA  
E OS MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL**

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Área de Concentração: Sociologia Urbana

Orientador: Prof. Dr. Antônio Augusto Pereira Prates

Belo Horizonte

UFMG  
Departamento de Sociologia e Antropologia

— Dezembro de 2009 —

301 Santos, Djalma Eudes dos  
S237f O fenômeno consumerista e os movimentos sociais no Brasil [manuscrito] :  
2009 Djalma Eudes dos Santos. – 2009.

121 f.

Orientador: Antônio Augusto Pereira Prates  
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais,  
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Sociologia – Teses. 2. Movimentos de consumidores – Teses. 3.  
Consumidores – Teses. 4. Movimentos sociais – Teses. I. Prates, Antônio Augusto  
Pereira. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Faculdade de Filosofia e  
Ciências Humanas. III. Título

## AGRADECIMENTOS

*À professora Maria de Lourdes Dolabela Pereira, pelo apoio e acolhida da minha ideia inicial, diga-se, do embrião do que ora apresento nesta dissertação.*

*Ao professor Antônio Augusto Pereira Prates, pela orientação na etapa final desta pesquisa.*

*Ao professor Alexandre Cardoso, pelo apoio sempre presente.*

*No trabalho de campo sou muito grato aos membros do MDC/MG, especialmente pela atenção a mim dispensada por Dona Lúcia, Dona Cecéu e Patrícia.*

*À Dra. Stael Rianni, coordenadora do Procon Municipal de Belo Horizonte, pelas oportunidades de interlocução, ao receber-me por diversas vezes, e por ter dedicado algum tempo para discutirmos ideias e projetos.*

*Aos colegas da turma do Mestrado de 2007. Cada um contribuiu com um pouco de si, uma pergunta, um comentário, uma sugestão, um jeito de fazer.*

*A todos, amigos e amigas, pessoas especiais que muito me ensinaram até aqui e por quem dedico mais sincero agradecimento e afeto.*

*Tudo aquilo em que ponho afeto  
fica mais rico e me devora.*

(Rainer M. Rilke)

## RESUMO

Os movimentos de consumidores são fenômenos observados no Brasil e no mundo desde meados do século XIX. Com o alcance interpretativo do conceito de consumerismo, a noção de direito do consumidor possibilita a abertura de espaços para investigações que considerem tanto o caráter desses direitos, quanto a forma pela qual os consumidores os fazem funcionar de fato, constituindo importante fonte para análises da ação coletiva. O tema dos movimentos sociais tem alcançado desenvolvimento significativo na literatura sociológica e, com maior vigor, desde a década de 1960, a partir de uma manifesta ruptura com as abordagens clássicas. Nos Estados Unidos, a teoria da Mobilização de Recursos (MR) surge numa explícita ruptura com dois pilares destas abordagens – comportamento coletivo e sociedade de massa – e, embora com uma filiação inicial na abordagem olsoniana, nos anos 80 encampou um profícuo debate com os teóricos europeus. Isto suscitou mudanças significativas no foco desta teoria e, dessa forma, originam-se novas pesquisas orientadas por perguntas que passam a considerar também as questões centrais da teoria de maior expressão na Europa, a teoria dos Novos Movimentos Sociais (NMS). Nesta dissertação, sugerimos uma abordagem destes movimentos a partir de categorias presentes na teoria da Mobilização Política – que tem como principal fonte a teoria das Oportunidades Políticas. Na análise dos movimentos de consumidores no Brasil, utilizando o exemplo do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais, demonstra-se a representatividade desta unidade em relação ao fenômeno.

Palavras-Chave: *movimentos sociais, movimentos de consumidores, defesa do consumidor, consumerismo.*

## **ABSTRACT**

*The consumer movements have been observed in Brazil and worldwide since the mid-nineteenth century. Due to the interpretative scope of the concept of consumerism, the notion of consumer right enables the opening of spaces for further research that consider both the nature of those rights and the way in which consumers make them effective, constituting an important source for analysis of collective action. The theme of social movements has achieved significant development in the sociological literature, especially since the 1960s, from a clear break with traditional approaches. In the United States, the Resource Mobilization theory (RM) emerges from an explicit break with two pillars of these approaches – collective behavior and mass society – and, in spite of being based on Olson’s approach, it started a profitable discussion with European theorists in the 1980s. This led to significant changes in the focus of this theory giving rise to more researches oriented by questions that also consider the central issues of the most expressive theory in Europe, the New Social Movement theory (NSM). In this dissertation, we approach these movements from categories of the theory of Political Mobilization - whose main source lies in the Political Opportunity theory. This analysis of consumer movements in Brazil, which takes the example of the Housewife and Consumer Movement of Minas Gerais, shows the representativeness of this unit in relation to the phenomenon.*

Keywords: *socail movements, consumers movements, consumer protection, consumerism.*

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIACÕES

Adoc	Associação de Defesa e Orientação do Consumidor
APC	Associação de Proteção ao Consumidor
CDC	Código de Proteção e Defesa do Consumidor
CEBs	Comunidades Eclesiais de Base
Condecon	Conselho de Defesa do Consumidor
CNDC	Conselho Nacional de Defesa do Consumidor
CR	Consumers Research
CU	Consumers Union Inc.
DPDC	Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
FNECDC	Frun Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor
HMO	Health Maintenance Organization
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia
MR	Mobilização de Recursos, Teoria da
MDC/MG	Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais
MCV	Movimento do Custo de Vida
NMS	Novos Movimentos Sociais, Teoria dos
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PCB	Partido Comunista Brasileiro
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PT	Partido dos Trabalhadores
Procon	Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor
Procon	Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
RNCR	Rede Nacional de Consumo Responsável
SNDC	Sistema Nacional de Defesa do Consumidor
SUNAB	Superintendência Nacional de Abastecimento



## LISTA DE QUADROS E GRÁFICOS

QUADRO I – Ondas de consumerismo .....	p. 57
QUADRO II – Publicações .....	p. 59
QUADRO III – Os movimentos de consumidores no século XIX / primeira fase ...	p. 70
QUADRO IV – Os movimentos de consumidores no século XX / segunda fase .....	p. 71
QUADRO V – Os movimentos de consumidores no século XX / terceira fase .....	p. 72
QUADRO VI – “Reclamações de consumidores segundo os Estados, de maio a novembro de 1986” .....	p. 85
QUADRO VII – categorização das reportagens sobre o MDC/MG .....	p. 103
GRÁFICO I – Atendimento dos Procons em Minas Gerais por área .....	p. 88
GRÁFICO II – Perfil do consumidor por categorias e pela variável faixa etária .....	p. 89
GRÁFICO III – Aparições ou citações do MDC/MG .....	p. 102
GRÁFICO IV – Assuntos abordados nas reportagens .....	p. 104

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	p. 10
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>AÇÃO COLETIVA E MOVIMENTOS SOCIAIS</b> .....	p. 16
1 – Do Comportamento Coletivo à Ação Coletiva .....	p. 21
1.1 – Ação Social e Comportamento Coletivo .....	p. 22
1.2 – A Mobilização de Recursos / Ação Coletiva (MR/AC) .....	p. 26
1.3 – A Revisão de Zald .....	p. 29
1.4 – A Mobilização Política .....	p. 35
1.5 – Melucci: a teoria da ação coletiva e os movimentos sociais como categoria analítica .....	p. 40
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>PRIMEIRA PARTE: O consumerismo como questão sociológica – “a revolta dos carrinhos”</b> .....	p. 48
2.1 – Os movimentos de consumidores nas análises de Zald .....	p. 50
2.2 – A morfologia do consumerismo: reflexões sobre o consumo ético e consumerismo .....	p. 55
<b>SEGUNDA PARTE: O consumerismo no Brasil e a luta pelos direitos dos consumidores como direito à proteção</b> .....	p. 64
2.3 - Mapeando as origens e o campo do conflito .....	p. 67
2.3.1 – Os primeiros passos: pesos e medidas, carestia e fome .....	p. 69
2.3.2 – A ação consumerista a partir dos anos 70: novos temas, novo foco .	p. 73
2.3.3 – O campo do conflito: da carestia da vida ao direito do consumidor .	p. 77
2.3.4 – Consumidores em movimento e movimentos de consumidores: a perspectiva do conflito e a construção de consensos .....	p. 79
2.4 - Acolhimento das demandas populares por uma legislação do consumidor e pela ampliação da participação social através de associações civis .....	p. 82
2.5 - O caráter protetivo da lei de defesa dos consumidores .....	p. 86
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>A Participação do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais</b> .....	p. 91
3.1 – Nota sobre a metodologia utilizada para a pesquisa de campo .....	p. 91
3.2 – Apresentação e análise dos dados .....	p. 94
3.2.1 – A missão do MDC/MG numa perspectiva comparada .....	p. 94
3.2.2 – “Um grito se ouviu em Minas Gerais”: surgimento e histórico do MDC/MG .....	p. 95
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	p. 106
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	p. 110
<b>ANEXOS</b> .....	p. 115

## INTRODUÇÃO

A tarefa de pensar como era possível mudar uma relação tipicamente centrada num tipo de soberania do produtor, para uma relação cujo horizonte fosse delineado por uma ampla noção de soberania do consumidor, constituía a principal questão que circundava o conceito de consumerismo até recentemente.<sup>58</sup> Atualmente, ao falarmos de direito do consumidor, tal ideia de soberania se torna esvaziada no seu conteúdo e deixa aberto o espaço para novas investigações que considerem tanto o caráter desses direitos, quanto a forma pela qual os consumidores os fazem funcionar de fato, constituindo importante fonte para análises da ação coletiva.

O campo no qual surgem e operam os movimentos ou associações de consumidores é, no entanto, heterogêneo, e não é possível falar de consumerismo, para definir estas entidades, sem mencionar os pontos de contato do tema com uma série de outras questões que envolvem, além do direito do consumidor à defesa e proteção de seus interesses individuais, as lutas em torno de causas mais gerais que afetam uma população. Isso permite que novos temas passem a ocupar a agenda, dentre os quais o consumo ético e o consumo sustentável são as principais referências.

No Brasil, as práticas associativas que podem ser consideradas consumeristas, são relativamente recentes, ocorrendo em maior escala a partir dos anos 80. Entretanto, desde o século XIX, já foram observadas manifestações, comícios e passeatas, questionando, inicialmente, o sistema de pesos e medidas e a carestia, e consagrando-se enquanto movimento popular nos anos 70 com o tema do custo de vida. De qualquer modo, o conceito de consumerismo permite a abordagem também destes movimentos anteriores à década de 80, uma vez que, *grosso modo*, a definição aponta que toda reivindicação pautada pelo direito à informação, preço justo, limitação de riscos à saúde, dentre outros,

---

<sup>58</sup> O *consumerismo*, um jargão usual nos movimentos de consumidores em referência às associações de consumidores. A abordagem desse termo, no âmbito acadêmico, foi tratada recentemente por Filho (2005) na disciplina CRP0292/USP/Escola de Comunicações e Artes, com a seguinte ementa: “*O consumerismo no contexto da comunicação de marketing. A propaganda e seus desdobramentos junto ao movimento de defesa do consumidor brasileiro*” – atestando um maior desenvolvimento do tema nas áreas de administração e marketing. Cf. também a esse respeito: Filho (1991).

constitui ação consumerista. Isto nos permite afirmar também que em nosso país o fenômeno se desenvolve a partir de duas bases, uma originada em demandas populares e outra, mais recente, enfatizando a defesa dos direitos dos consumidores. Em outros países, principalmente nos Estados Unidos e Inglaterra, este perfil desencadeou movimentos que hoje são reconhecidos como grandes organizações, algumas atuando em caráter transnacional, a exemplo da *Consumers International*, que atua em 115 países e se configurou como uma intensa rede de movimentos.

Com base nessas ideias gerais, a pergunta inicial, e que serviu como ponto de partida para o desenvolvimento do projeto deste mestrado, era simples: afinal, estes movimentos podem ser entendidos como movimentos sociais? No entanto, ao iniciar as tarefas típicas de uma pesquisa científica (problematização do tema, consulta e seleção da bibliografia, levantamento de dados, entrevistas etc.), verificamos que o problema não era tanto saber se são ou não movimentos sociais e sim, como a categoria “movimento social”, numa referência a Melucci (1996), pode explicar a ação consumerista no Brasil, basicamente no que diz respeito à forma de ação que, enfim, pode ser equiparada, em termos de impacto, a outros movimentos sociais e cujo lastro foi o amplo processo participativo e de associativismo civil iniciado com a abertura política nos anos 80.

Ao mudar o foco, percebemos que a pergunta inicial pouco dizia sobre estes movimentos, circunscrevendo-os, na melhor das hipóteses, à gama diversificada de atores sociais que emergiram ou que se fortaleceram naquele período. Assim, para enfatizar as particularidades do fenômeno em questão, sugerimos que um melhor desenho de pesquisa seria definido a partir de uma diferenciação simples: em geral, estas organizações de consumidores têm sua origem em espaços da sociedade com maior disponibilidade de acesso ao fluxo e à dinâmica das informações, espaços característicos, portanto, das classes médias e altas. Mas esta diferenciação seria incompleta se não considerássemos que no Brasil, como ressaltam Doimo (1995) e Gohn (2003), os antecedentes destes movimentos ocorreram no campo popular.

Essa diferenciação permitiu, por fim, traçar a arquitetura desta dissertação na qual buscamos descrever três momentos distintos: 1) um momento centrado na temática da carestia e do custo de vida, momento este marcado pela expressiva adesão popular às passeatas, comícios e manifestações públicas (do início do século XX até o final dos anos

70); 2) um segundo momento no qual o tema dos novos direitos adquire centralidade na agenda dos novos movimentos sociais e, neste caso, também dos movimentos de consumidores – a noção muda de sentido: da politização do tema da “carestia”, para a construção da categoria “consumidor” e, conseqüentemente, da noção de direitos associada a esta nova identidade coletiva; 3) e, num terceiro momento, o consumerismo brasileiro, amparado pelas significativas conquistas na Constituição de 1988, e que culminam na aprovação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (Lei 8078) em 1990, renova sua forma de ação, tendo em vista as novas demandas relacionadas não apenas com a luta contra o custo de vida mas, também, com a luta pela qualidade dos produtos, pela garantia de segurança, pela redução dos danos ao meio ambiente, contra os riscos à saúde e pelo direito a informações claras e ostensivas sobre produtos e serviços. De forma igualmente importante, há também um amplo processo de divulgação da lei e de desenvolvimento de projetos de educação para o consumo.

Para nortear o desenvolvimento da parte teórica desta dissertação, utilizamos as dimensões de consenso e conflito, entendidas por alguns autores como presentes no conceito de movimento social (McCarthy e Wolfson, 1992). Considerando o repertório de interpretações divergentes acerca das mesmas, supomos que, conforme são tratadas por Zald (*et al.*, 2000), tais dimensões contemplam significativamente o nosso objetivo de descrever estes movimentos. Para este autor, o aspecto do consenso é geralmente representado por organizações com elevado nível formal e credibilidade, servindo como força de equilíbrio entre os próprios movimentos e entre as agências ou órgãos governamentais. O conflito é amplamente considerado por autores que analisam os movimentos sociais e, conforme Zald (*idem*), há movimentos com orientação específica para esta dimensão. Melucci (1978; 1996), ao desenvolver uma análise da ação coletiva, destaca que a simples existência do conflito não é suficiente para caracterizar a ocorrência de um movimento social. Para ele, é necessário que observemos outras dimensões, dentre estas: organização, isto é, como os atores se organizam e tornam manifesto o conflito; e identidade coletiva, como constroem e compartilham a compreensão de um “nós”. Assim, os movimentos podem ser diferenciados de acordo com a tipicidade de sua ação, podendo recorrer à resistência, pressão, ou conflito direto (Melucci, 1996).

As páginas a seguir estão, portanto, organizadas na perspectiva de apresentar uma análise destes movimentos, tendo como base o entendimento destas dimensões da forma como discutidas acima. Para tal efeito, dividimos o texto em três capítulos, como segue.

No primeiro capítulo, após uma apresentação das transformações ocorridas no campo das teorias norteamericanas sobre os movimentos sociais, tratando do rompimento com os pressupostos das teorias da sociedade de massas e do comportamento coletivo, explicitamos como a teoria da mobilização de recursos (MR) estruturou-se como a principal corrente teórica. Para esta nova teoria, ao contrário do que pregava a visão clássica, os movimentos sociais são ações organizadas levadas a campo por atores que agem racionalmente. Na seção 1.3, buscamos demonstrar como Zald propõe uma revisão da MR, com a inclusão de outras dimensões, ampliando o foco para além das questões abordadas particularmente no âmbito da teoria organizacional. A escolha deste autor como uma das principais referências se justifica, por duas razões. Primeiro, sendo ele um dos principais teóricos da primeira fase da MR, a sua proposta de reformulação aponta para os mesmos princípios defendidos pelos autores que desenvolveram o campo teórico relacionado, no âmbito do processo político, à estrutura de oportunidades políticas. E, segundo, dentre os autores que visitamos, Zald é o único que trata de forma sistemática os movimentos de consumidores nas análises da ação coletiva e dos movimentos sociais.

Concluimos o capítulo com uma exposição da teoria da ação coletiva desenvolvida por Melucci (1978; 1996), tendo em vista o fato de que esta perspectiva aponta convergências importantes entre as duas principais teorias dos movimentos sociais.

No segundo capítulo, dada a escassez de pesquisas sistemáticas no âmbito das ciências sociais sobre o consumerismo, optamos por tratar o conceito a partir da categoria “consumo ético” que a nosso ver, recobre o espectro de ações que são orientadas tanto pela dimensão do conflito, quanto pela dimensão do consenso. Em termos gerais, o consumo ético é definido como aquele tipo de ação de consumidores que, além de preço e qualidade, inserem critérios adicionais na relação de consumo: segurança, limitação dos riscos à saúde, direito à informação, preservação ambiental. Assim, entendemos que, conforme é sugerido por Harrison (*et al.*, 2006), o consumo ético contém dimensões que são importantes para a definição daquilo que vem a ser propriamente um movimento consumerista na atualidade,

uma vez que estes critérios adicionais estão presentes nas ações dos movimentos de consumidores, independentemente da sua orientação, se para o conflito ou para o consenso.

Para facilitar a conexão dos conceitos com as análises do fenômeno, dividimos este capítulo em duas partes. A primeira parte apresenta uma análise de Zald (*et al.*, 2000) sobre os movimentos de consumidores nos Estados Unidos e, na seção 2.2, fazemos uma análise ampliada do fenômeno a partir da noção de consumo ético seguindo, basicamente, as interpretações de Lang e Gabriel (2006), Harrison (2006) e Newholm (*et al.*, 2006), que entendem ser o consumo ético uma resposta ativa dos consumidores e que define o consumerismo como um tipo de ação coletiva. A segunda parte deste capítulo aprofunda o tema a partir da análise de aspectos históricos no Brasil: das lutas contra os pesos e medidas e a carestia de vida; a politização do tema a partir dos anos 70; e as principais ações dos anos 80 que culminaram na aprovação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC). Concluímos este capítulo com uma análise do caráter protetivo do CDC, tendo em vista que as entidades civis a partir de então passam a incluir a idéia de defesa e proteção do consumidor dentre as suas atividades.

O terceiro capítulo, que se inicia com uma nota sobre a metodologia de campo utilizada, analisa e descreve os dados produzidos. Para isso, tomamos como referência o exemplo do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais (MDC/MG). O foco deste capítulo é o fenômeno visto a partir de um exemplo empírico. Optamos por desenvolver uma perspectiva comparada, mediada pela produção de dados qualitativos, com o uso de técnicas de entrevistas e consulta a documentos diversos sobre a entidade escolhida e sobre o movimento em escala ampliada. Para tanto, apoiamos-nos em algumas notas teóricas de Weiss (1995), para definir uma amostra por conveniência, porém representativa, tendo em vista a proximidade e o baixo custo que representa. Destacamos, no entanto, que estes dois critérios não constituem a razão determinante para a escolha do MDC/MG, o principal critério foi o da significância e representatividade em relação ao fenômeno no Brasil (e isso é suficientemente comprovado pela documentação e depoimentos aos quais tivemos acesso e que são aqui analisados).

Foram realizadas 9 entrevistas com membros do MDC e uma com a Coordenadora do Procon Municipal de Belo Horizonte. Adotamos o modelo de entrevista não-estruturada, com o intuito de ampliar o ponto de vista acerca deste movimento, com depoimentos que

abordassem os mais variados assuntos. Todas as entrevistas foram transcritas, codificadas e organizadas, de forma a propiciarem uma leitura mais dinâmica do conjunto de respostas individuais, e foram analisadas na perspectiva de desenvolvimento de uma visão holística do movimento que, para os propósitos empíricos desta pesquisa, permitiu uma triangulação com outros dados e fontes analíticas.

Quanto à parte teórica desta dissertação, organizamos as leituras a partir dos autores que consideramos primários, isto é, aqueles que fornecem os elementos mais consistentes para a nossa argumentação e, os secundários, aqueles autores que tecem análises, ou outras fontes, que trazem algum tipo de comentário *en passant* de temas tratados pelos primeiros autores. Assim, no primeiro capítulo, tivemos contato com diversos autores abordando nuances das teorias europeia e norteamericana. Considerando a relevância para nossa análise, tomamos como referências básicas: Zald (1992; 1996), por se tratar de textos desenvolvidos numa perspectiva de revisão na mobilização de recursos; Zald (*et al.*, 2000), tendo como principal caráter uma análise dos movimentos sociais a partir da perspectiva de geração de novas formas organizacionais, incluindo-se aí os movimentos de consumidores; Zald e McCarthy (1990), por ser um texto que não só retoma os principais pontos da mobilização de recursos, mas acrescenta importantes pistas de revisão; Gamson (1992), Gohn (2007), Mueller (1992) e Ferree (1992), autores que comentam e aprofundam temas específicos, dentre estes, a mobilização política e uma crítica à teoria da escolha racional. E Melucci (1996), pela importância deste autor no âmbito do debate entre os dois paradigmas e o seu aprofundamento na teoria da ação coletiva.

Este desenho analítico, nos permitirá, ao final, sintetizar as principais informações discutidas e, assim, apontarmos as proximidades e os limites do que aqui chamamos de “fenômeno consumerista” à luz das teorias dos movimentos sociais.



## CAPÍTULO I

### AÇÃO COLETIVA E MOVIMENTOS SOCIAIS

*“Os movimentos sociais não apenas agarram as oportunidades, eles também as constroem, seja para si próprios, seja para aqueles que não compartilham seus interesses ou valores”.*

S. Tarrow (1992).

Neste capítulo, de cunho teórico, pretendemos explorar algumas dimensões das teorias dos movimentos sociais, tomando como referência o momento em que estas teorias estabelecem uma ruptura com as análises clássicas até o seu desenvolvimento atual na teoria das oportunidades políticas – ou mobilização política. Este rompimento não constitui uma guinada teórica apenas, é também resultante da observação de novas modalidades de ação coletiva que emergem, com maior ênfase, a partir dos anos 60 do século passado, especialmente nos Estados Unidos e na Europa, as quais não poderiam ser suficientemente explicadas pelas abordagens anteriores.

As teorias clássicas dos movimentos sociais tiveram como referência um modelo de sociedade centrada na produção, ou ainda, um modelo no qual a sociedade industrial serviu como pano de fundo para as análises acerca de como um indivíduo decide ou é impelido a associar-se a outros para lutar pela distribuição dos benefícios desta sociedade. Este pensamento clássico em geral se caracteriza pela abordagem dos movimentos sociais enquanto movimentos revolucionários, que pretendem mudar uma ordem social específica, ou movimentos dirigidos por lutas em torno de questões geralmente desencadeadas no mundo do trabalho – ou ainda questões referentes a privações ou desequilíbrios, e instabilidades no sistema normativo.

Os paradigmas<sup>59</sup> que emergiram após os anos 60, se ocuparam dos movimentos sociais num momento em que se pode falar de uma transição dessa sociedade de

---

<sup>59</sup> Para o termo *paradigma*, seguimos a definição de Gohn (2007): “*Para nós um paradigma é um conjunto explicativo em que encontramos teorias, conceitos e categorias, e forma que podemos dizer que o paradigma X constrói uma interpretação Y sobre determinado fenômeno ou processo da realidade*” (p. 13).

produção para a sociedade de consumo, com o consumidor ocupando simbolicamente o lugar do produtor (ou do trabalhador, no contexto da sociedade industrial). As questões trazidas por estas interpretações absorvem um campo mais complexo de relações e de ação social, e podem ser caracterizadas como questões originadas a partir das lutas em torno de novos direitos e novas identidades. Não se trata apenas de mudar uma determinada ordem social ou alcançar uma distribuição equilibrada dos recursos disponíveis, os novos atores levantam bandeiras em prol de causas que transcendem as relações de classes, mudam códigos culturais e amenizam as fronteiras nacionais. Essa perspectiva, que para alguns autores é entendida no âmbito de uma sociedade pós-industrial, tem o mérito de renovar as próprias teorias dos movimentos sociais. No entanto, o alcance destas teorias permanece ainda adstrito às decisões analíticas que se desenvolvem de modo distinto na Europa e nos Estados Unidos. Touraine é um dos autores que questionam o fato de que, como implicação prática, os dois campos teóricos desenvolvidos a partir daquela década ainda não se mostram suficientemente adaptados para compreender essa transição de um modelo de sociedade para outro, isto é, do impacto da mudança “do foco na produção para o foco sobre o consumo”. Por suas palavras,

A sociedade de consumo é baseada em demandas que são também necessidades, e estas não podem ser reduzidas a uma questão de *status*, como afirmam as críticas superficiais de alguns comentadores. Estas necessidades são centradas no indivíduo, ele mesmo, em seu desejo de afirmar-se, agradar ou ser atraente para os outros, desenvolver sua experiência de tempo e espaço, assegurar sua saúde e a educação de suas crianças (Touraine, 1995, p. 376).

As teorias sobre o consumo se desenvolvem de modo autônomo em relação às teorias dos movimentos sociais e, por isso, durante algum tempo foram enfatizadas interpretações que equiparam o ato de consumir a uma forma de realização de distinção social, algo além da lógica funcional e utilitária (Barbosa, 2006, p. 11). Num segundo momento, essa via interpretativa cede lugar a uma visão do consumo enquanto realização de desejos, transformando a satisfação imediata num “*processo incessante e ininterrupto*” de busca interminável de necessidades (Campbell, 2001, p. 58). Imperou, durante algum tempo, expressões como *instintivismo* e *manipulacionismo*, entretanto,

Devia ser óbvio, porém, que a satisfação obtida a partir do uso de um produto não pode ser separada das imagens e ideias a que está ligado... Em outras palavras, imagens e significados simbólicos são tanto uma parte “real” do produto quanto os ingredientes que o constituem (Campbell, 2001, p. 74).

Todo o esforço de Campbell em (re) construir uma teoria do comportamento do consumidor, está fundado num propósito de romper com os principais mitos que circundam algumas visões, estas, de um modo geral apoiadas em versões utilitaristas do consumo. Este aspecto defendido pelos utilitaristas, embora relevante, não é determinante do consumo, especialmente quando se trata de vê-lo como exterior à produção e não como consequência desta. Assim, a condenação do prazer não necessariamente contribui para destilar a “necessidade”. São atributos de natureza distinta. “*O prazer não é uma propriedade intrínseca de qualquer objeto*” é, antes, “*um tipo de reação*” que se tem diante de determinados estímulos (Campbell, 2001, p. 91). É, portanto, apenas uma reação a estímulos. A necessidade, por outro lado, pode vir acompanhada do desejo de realização imediata de estímulos de prazer, mas, mais fundamentalmente, refere-se à satisfação de carências: “*Assim, vestir-se não trará alívio para os tormentos da fome, nem o alimento abrigo para o frio*” (Campbell, 2001, p. 93).

Portanto, não há razão para a condenação ou mesmo para a privação, dado que prazer e necessidade são atributos do indivíduo e não dos objetos. Em qualquer época, não há contradição ou dilema no tocante a “*se ter de conceder mais alta prioridade à satisfação ou ao prazer*” (Campbell, 2001, p. 97). Por outras palavras, uma teoria do comportamento do consumidor, na atualidade, deve considerar em suas bases um certo “desencanto” dessas forças mágicas que supostamente atuam no escuro: império do signo, consumo de massa, manipulação, emulação etc. O evidente retorno a Weber (Campbell, 2001, p. 107), neste caso, mostra-se eficaz por permitir que estas mesmas forças sejam vistas, não pela potencial aniquilação do sujeito, mas como componentes de uma cadeia de relações que envolvem, inclusive, a passividade do consumidor individual, podendo ser manipulado pela propaganda, ou de buscar no ato de compra algo externo ao objeto – realização de experiências individuais, por exemplo.

Em linhas gerais, as teorias que se desenvolvem fixadas neste ponto de vista comum, acerca de uma transição evidente para a sociedade de consumo, concordam com o fato de que os consumidores, ao ocuparem uma posição diferenciada, se tornam operadores do próprio sistema de produção,<sup>60</sup> impondo a este sua vontade, negociando os contratos, ou exigindo valores técnicos (Touraine, 1995, p. 388).

Quando os consumidores se reúnem e se organizam como movimento social, devemos, portanto, compreender duas orientações presentes neste ato: enquanto

---

<sup>60</sup> *Prosumer*, em neologismo cunhado por Toffler (1980) – citado por Touraine (1995, p. 387).

vigilante interessado, como podem suspender os interesses individuais em função dos interesses coletivos? E, enquanto atores coletivos, como podem se associar a outras causas, tendo em vista as oportunidades políticas que podem ser alcançadas a partir de outras fontes de ação coletiva e, assim, potencializar o próprio tema e colocá-lo em evidência no âmbito de um movimento social?

Dado o nosso interesse em investigar como os movimentos de consumidores podem ser compreendidos a partir de formulações teóricas mais recentes sobre os movimentos sociais, entendemos que há dimensões presentes nas duas principais vertentes – a teoria da mobilização de recursos (MR) e a teoria dos novos movimentos sociais (NMS) – que contribuem igualmente para explicar estas formas de ação coletiva. O movimento consumerista apresenta-se sob múltiplas facetas e, como tal, suscita análises que considerem as dimensões de consenso e conflito, em parte como explanado por Zald (*et al.*, 2000) e em parte como apresentado por Melucci (1996), para quem a simples existência do conflito não caracteriza um movimento social.

Zald (*et al.*, 2000), movido pelo interesse em demonstrar que os movimentos sociais são importantes fontes de inovação cultural, permitindo identificar as condições nas quais eles criam novas formas organizacionais, analisa os movimentos de consumidores tomando como referência a criação das ligas dos consumidores, no final do século XIX, nos Estados Unidos. Ele destaca duas questões: primeiro, os consumidores, enquanto uma categoria de atores, não eram reconhecidos como tal e nem havia organizações dedicadas à sua causa naquele período. Segundo, dois impulsos foram importantes para o reconhecimento desta nova categoria: as ações estatais (de 1880 a 1890) que criaram gabinetes especializados para produzir estatísticas e pesquisas sobre o custo de vida; e a forma como a sociedade se apropriou destas informações e logo produziu formas de ação coletiva, culminando em ações de conflito (boicotes e etc.) que desencadearam a difusão das ligas dos consumidores. Conforme afirma este autor, essa difusão teve como efeito a construção de uma nova forma organizacional que, por sua vez, fez operar outro aspecto presente no movimento consumerista, o aspecto do consenso, geralmente representado por organizações com elevado nível formal e credibilidade, segundo ele, “*tanto é assim que, em 1912, a Associação Nacional das Ligas das Donas de Casa foi estabelecida para coordenar as atividades*” (Zald *et al.*, 2000, pp. 239-240).

Portanto, de um modo geral, podemos afirmar que a dimensão do consenso, por apresentar pouca oposição, é bem representada pelos desenhos institucionais que

emergem em grande parte como resultante de ações de conflito, quando estes propiciam mediações que culminam em construções normativas consensuais. Com esta breve menção à questão trazida por Zald, podemos afirmar ainda que muitos movimentos sociais na atualidade lidam com esse duplo processo que implica em institucionalização e ação coletiva: prestação de serviços, desenvolvimento de parcerias, utilização de ONGs ou OSCIPs, tendo em vista a sua continuidade e fidelidade ao seu tema, por um lado; e, por outro lado, a constante renovação das formas de ação bem como dos instrumentos de luta nos espaços públicos.

Uma vez que os movimentos contemporâneos não podem simplesmente ser equiparados àqueles dos anos 1960, as teorias iniciadas naquele período passam a lidar atualmente com outro nível de exigências. Estas teorias, que emergiram a partir de uma ruptura com as teorias clássicas dos movimentos sociais, são balançadas pelos acontecimentos mais recentes, restando verificar o nível de alterações que estes acontecimentos produzem no *corpus* destas proposições. Conforme afirma Zald (1992), referindo-se à teoria da mobilização de recursos (MR), inicialmente esta teoria se tornou aplicável principalmente porque criou espaço para novas interpretações e, atualmente estas interpretações, não necessariamente estão dirigidas aos temas centrais da MR, e isso permite detectar mudanças nas primeiras asserções (Zald, 1992, p. 327). Notadamente, este argumento é de aplicação geral, não está adstrito ao campo da MR.

Os teóricos do processo político ampliaram as bases de suas análises a partir de temas que já desfrutavam de significativo desenvolvimento na teoria dos novos movimentos sociais, especialmente no que se refere à interpretação da ação coletiva não apenas pelo modo como ocorrem, mas também pelo porquê ocorrem. Isto vem a significar um esforço de conjunção de elementos que podem ser melhor percebidos a partir de uma metodologia que permita uma análise do discurso dos atores, bem como uma perspectiva comparada com outros movimentos. Assim, para o caso das análises dos movimentos de consumidores, por lidar com problemáticas tratadas no âmbito dos dois paradigmas (organização, estratégia, identidade coletiva e cultura), sugerimos uma abordagem que contemple nosso propósito a partir de uma aproximação com a teoria das oportunidades políticas e do processo político.

Esta discussão será abordada na seção 1.4 deste capítulo a partir do conceito de mobilização política (MP). A última seção será dedicada à análise da ação coletiva a partir das formulações de Melucci (1978; 1996), por ser este um dos autores que mais se empenhou na construção de uma via para além das fronteiras dos paradigmas e, por isso

mesmo, conferindo outro *status* ao tema da identidade coletiva no conjunto de revisões da mobilização de recursos. Todavia, antes de entrarmos neste debate, se faz necessário expor brevemente alguns aspectos das origens e do percurso da teoria norte-americana da mobilização de recursos.

### 1 – *Do Comportamento Coletivo à Ação Coletiva*

O tema dos movimentos sociais alcança significativo desenvolvimento na literatura sociológica ao longo do século XX e, com maior vigor, a partir dos anos 60. Pela diversidade de concepções que foram evocadas para definir o que é um movimento social, este conceito tem assumido, na atualidade, um caráter polissêmico. Na teia dos debates engendrados naquele contexto político e social, pode-se afirmar que há apenas um consenso que, conforme observa Gohn (2007), se refere à compreensão de que aquela década constitui-se como um divisor de águas entre as abordagens clássicas e as novas teorias. Embora não sendo o fator mais determinante, as pesquisas sobre os movimentos sociais desenvolvidas a partir de então, em geral se concentram em aportes distintos, construídos, em grande parte, no que se convencionou chamar de perspectiva europeia ou norte-americana.<sup>61</sup>

Nos Estados Unidos, antes da década de 1960, as várias abordagens apoiavam-se em alguns princípios comuns, ancorados, em alguma medida, na psicologia social da Escola de Chicago e geralmente caracterizadas como teoria do comportamento coletivo ou sociedade de massas. Segundo Gohn, esse enfoque sociopsicológico forneceu as bases para o desenvolvimento dos estudos acerca de comportamentos coletivos institucionais e não-institucionais (2007, p. 23), além de duas visões centrais que serão depois combatidas: a ideia de que os movimentos sociais são desorganizados e que os atores coletivos não agem racionalmente. Conforme Mueller & Morris (1992) e Zald (1996) a contestação destes princípios constituiu o ponto de partida para a ruptura com as teorias clássicas, impulsionando o desenvolvimento das novas teorias.

Enquanto isso, na Europa, a perspectiva clássica está relacionada ao marxismo em sua formulação ortodoxa, isto é, tendo como pano de fundo, categorias como luta de classes e revolução (Gohn, 2007, p. 122). Trata-se de uma visão voltada para questões

---

<sup>61</sup> Obviamente, tal caracterização apenas facilita a contextualização, não significando, no entanto, que as teorias se diferenciam, primeiro, pela sua localização geográfica.

de caráter macro e que, a partir dos anos 60, passou a ser negada por uma parcela significativa de pesquisadores daquele continente.

Estes dois campos clássicos – teorias da sociedade de massa e do comportamento coletivo – foram negados em função do surgimento de novos movimentos sociais preocupados com questões que não poderiam ser contempladas no campo de análise de ambos. Dentre tais movimentos, os mais citados na literatura dos movimentos sociais são: os movimentos de estudantes na Europa; e os movimentos pelos Direitos Civis e contra a Guerra do Vietnã, nos Estados Unidos, além do movimento feminista.

O concomitante rompimento com as abordagens clássicas originou portanto as duas vertentes teóricas de maior expressão, as quais tiveram seu desenvolvimento durante os anos 70: a teoria dos Novos Movimentos Sociais (NMS), na Europa; e, nos Estados Unidos, a teoria da Mobilização de Recursos (MR), ou Ação Coletiva (AC) – como sugerem Zald (1992, p. 327) e Tilly (1981, *apud* Gohn, 2007, p. 66).

### 1.1 – *Ação Social e Comportamento Coletivo*

Embora as abordagens clássicas não estejam limitadas ao âmbito da teoria do comportamento coletivo, há um núcleo articulador entre elas que, conforme Gohn, é referenciado na teoria da ação social e tem como meta principal a busca de compreensão dos comportamentos coletivos (Gohn, 2007, p. 23). Temos, por um lado, uma preocupação cuja referência já fora antes desenhada por Weber, a teoria da ação social, e, por outro lado, o desenvolvimento de abordagens distintas sobre a ação social no intuito de compreender o comportamento coletivo.

Quanto à teoria da ação social, Weber definiu um método de pesquisa como uma forma de promover uma abordagem teórica das ações humanas a partir de parâmetros comparativos de cunho abstrato. A ação é definida por ele como todo ato ou conduta dotado de um significado e que, na medida em que é executado, agrega ou afasta (ou desconhece) potenciais parceiros naquela ação. O indivíduo, além de um ser de necessidades, é também um ser que, para existir, precisa agir de maneira subjetivamente significativa e dotar sua existência de sentido.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup> NOBRE, Renarde Freire, notas de aula referente à disciplina Teoria Sociológica I. Belo Horizonte, UFMG, primeiro semestre de 2007.

Weber sugere a distinção entre campos de ação, dentre os quais, a ação dotada de sentido é a mais evidente, em muitos casos, por ser aquela que melhor estabelece vínculos com a ação de outros seres humanos. Em outras palavras, conforme afirma Barbosa (*et al.*, 2003), a ação é compreendida enquanto ação social quando tem no seu horizonte, como meta, a ação de outros agentes (p. 114).

Por tal razão, e para diferenciar analiticamente os campos, Weber elabora tipos ideais de ação, a saber: as ações racionais, referentes a fins e valores; e as ações não (necessariamente) racionais, referentes a práticas e hábitos arraigados numa tradição, ou orientadas por paixões como ciúmes, raivas etc. (Barbosa, *et al.*, 2003, p. 114). No primeiro caso, as ações podem ser dotadas de sentido em relação a valores ou dotadas de sentido em relação a fins. No segundo caso, as ações, mesmo aquelas dotadas de algum sentido, não têm como meta a ação de outros, podendo até mesmo ocorrer de modo pré-consciente (automatizadas pelos costumes, por exemplo).

Estes tipos ideais são instrumentos pelos quais podemos chegar à realidade, e não a realidade mesma. Mais ainda, nos permitem, enquanto uma ferramenta metodológica, alcançar, não a realidade em sua totalidade, mas as conexões objetivas, a causalidade presente na realidade (Barbosa, *et al.*, 2003; Sztompka, 1998).

Gohn (2008) assim explica a teoria da ação social de Weber:

De forma simplificada pode-se dizer que a teoria weberiana busca o sentido da ação coletiva, a intencionalidade dos fenômenos e processos. Não há uma essência a ser desvelada nas ações dos indivíduos, há atribuições de sentidos e significados que devem ser compreendidos (Gohn, 2008, p. 21).

Conforme Cohen e Arato (1992), a teoria weberiana da ação social forneceu a principal base para o desenvolvimento de duas variantes dominantes no paradigma clássico dos movimentos sociais e cuja arquitetura segue a tradição da psicologia social da Escola de Chicago: a teoria da sociedade de massas e a teoria do comportamento coletivo estrutural-funcionalista de Smelser (Cohen e Arato, 1992, p. 495). No entanto, afirmam os autores, há pressupostos que são compartilhados por ambas e, com maior ou menor força, pelas outras teorias do período, a saber:

1) as ações podem se dar de modo institucional (mediadas por convenções) ou não-institucional (coletivas);

2) a ação não-institucional é aquela que não é guiada por normas existentes;



3) as situações não-estruturadas ou indefinidas, são entendidas em termos de ruptura devido a mudanças estruturais, seja nos órgãos de controle social, seja na adequação da integração normativa;

4) as tensões resultantes, descontentamentos, frustrações e agressões, levam os indivíduos a participar do comportamento coletivo;

5) o comportamento não-institucional segue um “ciclo de vida” e, no transcurso da ação pode desencadear a ação espontânea para a formação de públicos e movimentos sociais;

6) a emergência e o crescimento de movimentos neste ciclo ocorre através de processos rudimentares de comunicação, isto é, um tipo de comunicação muito elementar, pouco estruturada, geralmente baseada em rumores, boatos, contágio, reação circular, difusão etc. (Cohen e Arato, 1992, p. 495).

Nesta perspectiva, os teóricos do comportamento coletivo se dedicam a explicar a participação individual nos movimentos sociais, olhando as queixas e os valores como respostas à rápida mudança social (idem, p. 496). Para Cohen e Arato, nem todo teórico dessa tradição estima que o comportamento coletivo seja uma resposta irracional ou anormal de indivíduos desconectados e agindo em massa, porém,

... todos eles veem a *multidão* como um simples átomo na anatomia do comportamento coletivo. Todos os teóricos do comportamento coletivo sustentam a presença de reações psicológicas ao colapso, aos modos elementares de comunicação e à volatilidade dos objetivos. Isto indica um viés implícito no olhar do comportamento coletivo como uma resposta irracional à mudança (Cohen e Arato, 1992, p. 496).

A teoria da sociedade de massas ilustra bem o impacto dessa consideração da ação como resposta irracional à mudança, porque exclui do exame a relação entre a ação coletiva e a modernização da sociedade civil. Em sentido contrário, para os autores da sociedade de massas, a ação coletiva deriva do colapso da própria sociedade civil, seja este colapso normativo ou institucional (Cohen e Arato, 1992). Entretanto, devemos considerar que a própria noção de sociedade civil que está em jogo naquelas análises é também uma visão clássica, de caráter normativo e que, ao ser balançada por rumores, greves, motins, ou qualquer outro tipo de comportamento coletivo considerado não-convencional, põe em xeque o próprio funcionamento do Estado.

Outra análise dessa primeira fase das teorias dos movimentos sociais foi desenvolvida por McCarthy e Zald (1990) e por Zald (1992; 1996). Zald lembra que as

abordagens clássicas, desenvolvidas nos Estados Unidos, surgiram apoiadas no próprio desenvolvimento da sociologia naquele país. Antes do advento da sociologia como uma disciplina, dotada de um método específico e, principalmente, antes do surgimento da Escola de Chicago, o estudo dos movimentos sociais foi tratado como parte da filosofia política e da história das ideias. Os estudos históricos sobre os movimentos e revoluções estavam frequentemente dirigidos para a compreensão de ideologias e crenças (Zald, 1996, p. 262). No entanto, a exposição teórica alcançada configurou-se como tipicamente desenvolvimentista, gerando um tipo de determinismo, ou realismo epistêmico, que guiou as análises e deixou de lado questões como: a análise do fluxo de ideias; o entendimento estratégico da variedade de alternativas; uma visão diferenciada de camadas de públicos receptores; e atenção para o silêncio das ideias (idem, p. 263). Todos estes elementos estavam além do alcance da tradicional história das ideias.

Nas origens dessas teorias clássicas, Zald (1996), indica que o desenvolvimento da sociologia, na América do Norte, levou a um *approach* diferente no estudo do comportamento coletivo e dos movimentos sociais. Preocupados com padrões gerais de relações sociais e comportamentos, e mobilizados por uma preocupação profunda com as mudanças sociais geradas pela industrialização e a urbanização, os sociólogos de Chicago, dentre eles, Park e, depois, Blumer, desenvolveram o campo do comportamento coletivo para examinar as respostas às mudanças sociais que ocorriam fora das instituições formais e dos processos institucionalizados. Os fenômenos-chave ligados a esse desenvolvimento foram a opinião pública, modas e modismos, pânicos e motins, movimentos sociais e revolução (Zald, 1996, p. 263).

Zald argumenta também que, cada um desses fenômenos tinha um componente cognitivo ou ideológico. Mesmo motins e pânicos, os fenômenos com menor conteúdo aparente, seja cultural ou simbólico, comportam elementos cognitivos e perceptivos na medida em que pressupõem situações sociais que permitam defini-los a partir do impacto da sua ação, o que resultaria em comportamentos padronizados, tal como pode ser percebido no modo de análise do interacionismo simbólico, originado na sociologia da Escola de Chicago. Como ocorria em boa parte da sociologia, no interacionismo simbólico, a lupa dos autores estava focada na estrutura e no processo,

Os interacionistas simbólicos Ralph Turner e Lewis Killian (1957) trataram as normas emergentes como um dos traços distintivos na transformação das respostas aleatórias ou desorganizadas aos problemas, dentro do comportamento coletivo e organizado... [Smelser também]

argumentou que diferentes tipos de crenças generalizadas eram essenciais para cada tipo de comportamento coletivo. Ainda assim, as análises do comportamento coletivo e dos movimentos sociais, até muito recentemente, estavam focadas sobre a estrutura e o processo (Zald, 1996, p. 263).

Zald, então, indica que a ocorrência de um giro no campo teórico a partir dos anos 60 vem cumprir o papel de alcançar analiticamente a problemática deixada de lado pelos interacionistas, dirigindo-se o olhar para os campos da cultura e da ideologia, e entendendo, tal como no interacionismo, a centralidade para a vida social da comunicação simbólica e da partilha de significados – porém, mudando o horizonte, já que o interacionismo focava mais a interação e menos o conteúdo e força dos símbolos (Zald, 1996, p. 263). Este giro trouxe para as teorias em desenvolvimento os aspectos políticos e organizacionais da ação coletiva, mesmo que ainda estivessem pouco presentes, no caso da mobilização de recursos, análises sistemáticas da cultura, dos *frames* e dos símbolos.<sup>63</sup>

### 1.2 – *A Mobilização de Recursos / Ação Coletiva (MR/AC)*

A teoria da mobilização de recursos (MR) surge portanto numa ruptura com os aportes clássicos, sendo os mais representativos, as teorias da sociedade de massas e do comportamento coletivo. O aspecto central dessa ruptura, posto que ocorre deliberadamente contra os dois pilares das teorias anteriores, conforme afirma Ferree (1992, p. 29), se refere ao que era antes afirmado como o eixo daquelas abordagens: os movimentos sociais são atividades espontâneas e com pouca ou nenhuma organização; os participantes não agem motivados racionalmente. A mudança consiste, pois, em negar essas duas afirmações, ou ainda, reafirmá-las positivamente: os movimentos sociais são ações organizadas levadas a campo por atores motivados racionalmente.

Essa filiação inicial na direção da racionalidade e da organização define, segundo Gohn (2007), a principal variável adotada pela MR: *os recursos* – analisando-se as implicações causadas pelo uso dos mesmos, quando disponíveis, e as implicações desses usos para a organização dos movimentos sociais. Ferree (1992)

---

<sup>63</sup> Os *frames*, ou *framing processes*, junto com as *oportunidades políticas* e a *mobilização de estruturas*, compõem atualmente a tríade usual nos estudos comparativos dentro da teoria da mobilização de recursos. Para Zald (1996), os *frames* “são metáforas específicas, representações simbólicas, e pistas cognitivas, usadas para tornar expressos ou elencar comportamentos e eventos de modo avaliativo e sugerir modos alternativos de ação” (p. 262).

indica nesta primeira fase da MR a ausência de análises acerca dos recursos simbólicos, o que só vem a ocupar lugar de destaque nas reformulações da segunda fase, iniciada a partir de meados dos anos 80, especialmente no que se refere às queixas, valores e ideologia. De qualquer modo, defende a autora, o mérito inicial da MR estaria em ter rompido com aquela noção de que os atores em movimentos são irracionais – contra isso, o postulado de Schwartz é representativo da premissa geral do novo paradigma: “os participantes do movimento social são, pelo menos, tão racionais quanto aqueles que os estudam” (*apud* Ferree, 1992, p. 30).

Este modelo de racionalidade do ator é inicialmente o resultado da proximidade olsoniana da MR. Em linhas gerais, Olson (citado por Ferree, 1992) postula que apenas os benefícios da ação coletiva não seriam suficientes para motivar racionalmente um ator. Numa lógica de custo-benefício, este irá preferir engajar-se na ação que implique em menor custo e maior retorno, isto é, nos esforços dos outros antes de empenhar-se pessoalmente em qualquer ação, uma vez que será igualmente contemplado com os benefícios alcançados, tendo ou não se integrado à mobilização (Ferree, 1992, p. 30).

Certamente, tal formulação não deixa de expor um dilema ao trazer para o centro da teoria o problema do *free-rider*. Segundo Mueller (1992), o ator racional, se considerado a partir da teoria da escolha racional, seria exatamente aquele que opta por abandonar a ação, dado que os benefícios viriam da mesma forma, sendo preferível, por isso, não participar dos custos (Mueller, 1992, pp. 6-9). Assim, muitos autores viram que a explicação que permitiria neutralizar o dilema do *free-rider* poderia estar na observação das práticas de algumas organizações que oferecem incentivos seletivos, isto é, para manter mobilizados aqueles atores com maior repertório de exigências, alguns movimentos optaram por apresentar-lhes incentivos que podiam ser, desde a remuneração por serviços prestados, até cargos na estrutura organizacional do movimento, prestígio e etc.

Os estudos dos movimentos sociais desenvolvidos pela MR nas suas origens, segundo Mueller (1992), se põem diante de questões novas que, numa formulação geral, poderiam ser assim apresentadas: quando há recursos disponíveis para os movimentos, como eles se organizam? Como o Estado facilita ou impede a mobilização e quais são os resultados? (Mueller, 1992, pp. 3-4). Em outras palavras, as questões postostas por Mueller, nos sugerem que aportes da teoria econômica e da sociologia política trazem para o campo dos movimentos sociais a seguinte equação: em que medida a oferta de

incentivos seletivos influencia o cálculo de custos e benefícios? Quais recursos devem ser mobilizados para maximizar os potenciais positivos da participação?

No entanto, apesar de ter avançado na crítica à racionalidade do participante eventual e autointeressado, a MR só veio a ser balançada de forma mais contundente a partir de meados dos anos 80. Considerações importantes se deram no esforço por superar este problema do *free-rider* e, conseqüentemente, a centralidade da escolha racional – uma vez que, de acordo com Gohn, a principal crítica que inspira mudanças na MR não é dirigida a esta teoria e sim à teoria que lhe deu sustentação: a Escolha Racional (Gohn, 2007, p. 55). Dentre os críticos, alguns autores do início da teoria (dentre eles, o próprio Zald), passam a dividir o campo da MR em duas fases, entendendo que a primeira, e seu embasamento na teoria da escolha racional, estaria superada. Em geral, o consenso alcançado nesta crítica foi acerca da visão de que o modelo da escolha racional não ofereceu uma explicação segura para o ‘porquê’ da ocorrência das mobilizações, tendo sido aplicado sistematicamente na explicação do ‘como’ ocorrem algumas. Ferree (1992), afirma que,

O modelo da escolha racional, focando como o faz sobre os incentivos e auto-interesse apenas, impõe três perigosas limitações à MR: oferece uma via da racionalidade que é apenas unidimensional; insiste sobre a significância teórica do “*free-riding*”; e postula uma visão descontextualizada dos indivíduos (Ferree, 1992, p. 32).

Na primeira fase, as considerações acerca das motivações, ou sobre a ambivalência da racionalidade, experiência emocional etc., são deixadas de lado. No caso da racionalidade, o cálculo deve ser visto como muito mais complexo do que previa a simples lógica de custos e benefícios. Outras componentes dessa visão da racionalidade complexa dizem respeito a questões referentes a princípios morais como, realização, afirmação e esforço (Ferree, 1992, p. 33).

As implicações destas dimensões morais são claras, por exemplo, na compreensão daquilo que vem a ser ‘bens coletivos’, dado que a teoria da escolha racional considera que bem coletivo é qualquer bem que não pode ser limitado apenas àqueles que contribuíram. No entanto, para ampliar esta visão de forma a alcançar algumas dimensões que foram deixadas de lado, Ferree recorre ao modelo de Hirschman e lembra que ele distingue entre ‘bens coletivos de ordem material’ e ‘bens coletivos de ordem simbólica’ (Ferree, 1992, p. 33). Os primeiros podem ser possuídos ou consumidos. No segundo caso, o *esforço* pode ser o próprio bem, o que pode ser

exemplificado pelos processos de mobilização coletiva em que, ela mesma, se afirma como um resultado do esforço coletivo.

Contra a aposta na teoria da escolha racional, Hirschman é contundente:

O ator que *não* age coletivamente neste modelo abandona aos outros o direito de determinar seus próprios resultados individuais bem como qualquer afirmação de estar agindo responsável ou altruisticamente em relação aos outros. Posição / situação social [*social location*] implica construção social, não apenas das queixas, mas também dos bens, tanto individuais quanto coletivos (*apud* Ferree, 1992, p. 38 – grifos no original).

O ponto-chave da crítica de Ferree à incorporação de uma via unidimensional de racionalidade, representada pelo que ela chama de um Cavalo de Tróia no interior da MR (Ferree, 1992, p. 47), está em sugerir que, nesta perspectiva, o *free-riding* gera uma noção de ubiquidade do indivíduo auto-interessado. Para ela, essa lógica é superada pela lógica comunitária da identidade coletiva – dado que o fato de simplesmente se acrescentar incentivos seletivos não resolve o problema da inabilidade da escolha racional em lidar com as relações em que valores são compartilhados e identidades coletivas são construídas, forjando um “senso de compromisso com o bem do grupo” (1992, p. 40). Em outras palavras, a MR deverá se ocupar de forma mais enfática com aqueles indivíduos efetivamente mobilizados, abandonando a ideia de que o *free-riding* se apresenta em maior número uma vez que o participante é definido como tal basicamente por ser portador de interesses individuais, contudo, são indivíduos que demonstram a disposição de agir coletivamente. Este ponto de vista é compartilhado por McAdam, McCarthy e Zald. Segundo afirmam em texto coletivo, os indivíduos precisam, no mínimo, sentir-se prejudicados em relação a algum aspecto e sentir-se otimistas “quanto ao fato de que, agindo coletivamente, eles podem corrigir o problema” (1996, p. 5).

### 1.3 – A Revisão de Zald

A teoria da mobilização de recursos / ação coletiva (MR/AC), tanto na forma como fora inicialmente proposta por Zald e McCarthy, quanto em outras formulações que se seguiram, segundo Zald (1992), produziu um modelo detalhado que, em seu conjunto, suplantou elementos das pesquisas clássicas. Esse programa de pesquisa adquiriu importância tal que, ao se tornar o paradigma dominante, suas afirmações

foram assimiladas como uma rotina – mesmo quando não mencionadas – em muitos estudos contemporâneos (Zald, 1992, p. 327). A principal tese de Zald, neste caso, é a de que a MR/AC se tornou usual, não simplesmente por ter superado as abordagens antiquadas, mas por ter criado novas perspectivas que contribuíram para reforçar as afirmações centrais da mobilização de recursos. Entretanto, a própria MR caminhou para o anacronismo ao sustentar-se em pressupostos que não mais explicavam a dinâmica dos movimentos estudados inicialmente.

Zald reconhece que, embora tendo ocorrido uma reviravolta na forma de analisar os movimentos sociais, quando comparamos com as abordagens clássicas, percebemos que alguns fenômenos, enfatizados principalmente pela Escola de Chicago, não foram bem tratados no âmbito da MR/AC (Zald, 1992, p. 329). É basicamente neste aspecto que ele percebe um ponto fraco na teoria. Para ele a mobilização de recursos não lida bem com o entusiasmo, com a espontaneidade, a conversão de experiências, ou com os vínculos entre as mudanças na opinião pública e a mobilização dos movimentos sociais e seus resultados. Por um lado, as dimensões da espontaneidade e do entusiasmo acrescentam muito à questão da racionalidade, em termos multidimensionais conforme é sugerido também por Ferree (1992), e, por outro lado, as mudanças na opinião pública e as atitudes orientadas para a realização das metas do movimento, acrescentam novos elementos empíricos que precisam ser levados em consideração.<sup>64</sup> Conforme Zald, a energia dos movimentos sociais liberada através do entusiasmo é gerada através de sentimentos de solidariedade e partilhas comunais, e não apenas pelo declínio dos custos da participação ou da escala de expectativas destinadas a alcançar as metas do grupo. Entusiasmo e espontaneidade se tornam um recurso bem como um resultado dos movimentos sociais (Zald, 1992, p. 330). Quanto às mudanças na opinião pública e as atitudes que visam a realização das metas do movimento, ao ignorar estas dimensões, a teoria deixou de considerar a riqueza das interconexões da realidade empírica (idem).

No arcabouço das teses iniciais, McCarthy e Zald (1990) enfatizam que a MR se desenvolveu mais significativamente no momento em que incorporou três possíveis dimensões para a análise dos movimentos sociais: a variedade de fontes de recursos; a relação dos movimentos com os veículos de mídia; e a interação entre organizações de movimentos sociais. Dessa forma, três mecanismos organizativos ajudam a diferenciar

---

<sup>64</sup> Gamson é um dos autores que se ocupam em analisar a importância dos meios de comunicação e da mídia na mobilização, segundo Gohn, “contribuindo para a redefinição do conceito de *frame* feita por Snow e Benford” (Gohn, 2007, p. 81).

as forma de ação dos movimentos: *setores de movimentos sociais* (SMSs), *indústria de movimentos sociais* (SMIs) e *organizações de movimentos sociais* (SMOs).<sup>65</sup>

Uma organização de movimento social (SMO), é uma organização complexa, ou formal, que identifica suas metas com as preferências de um movimento social ou um contramovimento, e busca contribuir para implementar estas metas (McCarthy e Zald, 1990, p. 20).<sup>66</sup> No que se refere à disponibilidade ou captação de recursos, uma organização de movimento social lida também com atores aderentes e constituintes. Os aderentes são indivíduos ou organizações que acreditam nas metas daquele movimento. Os constituintes são aqueles que proporcionam os recursos para a ação (McCarthy e Zald, 1990, p. 23). Em muitos casos, a organização vai esforçar-se para converter os aderentes em constituintes ou, pelo menos, obter recursos e empenho destes para campanhas sazonais.

Todas as SMOs que têm como meta a realização ampla das preferências de um movimento social determinado, constituem uma indústria de movimento social (SMI). Trata-se de uma teia de preferências e subpreferências que propicia, dentre outras coisas, até mesmo o trânsito e intercâmbio entre organizações de movimentos com temas análogos, uma vez que se trata da relação entre preferências e ação organizada para realizar as mudanças. Segundo McCarthy e Zald (1990) esta separação entre movimento social e indústria de movimento social, é meramente analítica, e que, por isso, permite a análise das formas de mobilização e organização, ao mesmo tempo em que permite perceber o quanto um movimento social pode contar ou não com a participação de várias organizações simultaneamente. Neste caso, um movimento pode representar preferências orientadas por uma diversidade de fontes simbólicas. Sendo assim, cada organização estaria representando preferências particulares incluídas na ação daquele movimento social.

Tanto as SMOs quanto as SMIs operam num campo organizacional e no qual lançam sua mensagem, coletam os recursos e mobilizam os atores. Este campo organizacional é, na definição destes autores, aquilo que constitui o setor dos

---

<sup>65</sup> As siglas correspondem, respectivamente, aos termos em inglês para: *Social Movements Sector*, *Social Movements Industry*, *Social Movements Organization*.

<sup>66</sup> Se tomarmos o caso dos Direitos Civis, aquele movimento social contou com a participação de uma vasta porção da população que defendia preferências por mudanças, almejando, especialmente, “justiça para os negros americanos”, além da participação de várias SMOs, tais como o *Student Non-Violent Coordinating Committee* (SNCC), o *Congress of Racial Equality* (CORE), a *National Association for the Advancement or Colored People* (NAACP) e a *Southern Christian Leadership Conference* (SCLC). Cf. a esse respeito, McCarthy e Zald, 1990, p. 21.



movimentos sociais (SMS). No entanto, os campos organizacionais não são apenas voltados para o favorecimento de movimentos sociais, eles também podem constrangê-los, uma vez que é também o *locus* da disputa de interesses e preferências, resultando em concorrência e disputas entre organizações num tipo de mercado similar ao setor econômico. Por tal razão, Zald (*et al.*, 2000, p. 241), argumenta que o importante para a teoria, neste caso, é poder verificar as formas organizacionais que os movimentos sociais podem criar a partir destes campos.

A teoria da mobilização de recursos apresenta-se como amplamente articulada entre conceitos e categorias econômicas e a sociologia política. O seu foco estaria, dessa forma, direcionado para: 1) examinar a variedade de recursos que precisam ser mobilizados; 2) examinar as ligações dos movimentos sociais com outros grupos; 3) examinar a dependência dos movimentos em relação ao suporte externo necessário para o sucesso da ação; 4) e examinar as táticas usadas pelas autoridades para controlar ou incorporar os movimentos sociais (McCarthy e Zald, 1990, p. 16).

Em razão dessa perspectiva, os movimentos sociais são vistos por estes autores como estruturas de preferências dirigidas para a mudança social. Nas palavras de McCarthy e Zald, um movimento social é um conjunto de opiniões e crenças presentes em uma população, “*que manifesta preferência por mudar alguns elementos da estrutura social ou da distribuição de recompensas, ou ambos, numa sociedade*” (McCarthy e Zald, 1990, p. 20). Disso decorre que os movimentos sociais são abordados como grupos de interesse e, por isso, conforme é ressaltado por Gohn (2007), são “vistos como organizações e analisados sob a ótica da burocracia de uma instituição” (pp. 50-51). Enquanto grupos de interesse, estariam em franca competição, de modo não muito diferente de organizações mercantis, num mercado de bens que inclui recursos, adesão, e atenção de agências governamentais (Gohn, 2007, p. 52). Seriam, portanto, organizações com uma estrutura formal e hierárquica bem definida e com lideranças profissionalizadas naquela função e com características empresariais, adotando estratégias e planejamentos bem definidos.

Neste sentido, ao levantarmos a hipótese de uma revisão realizada por Zald, estamos, em primeiro lugar, nos referindo não a mudanças na matriz da teoria, mas a interrogações acerca de como incorporar novos problemas. Conforme ele mesmo afirma,

Isso inclui a relação de classe e a formação de identidade para a mobilização, oportunidade política, e estrutura estatal como determinantes e

limitantes sobre a mobilização do movimento social e seus resultados, e as microfundações do risco e da racionalidade, o papel do efeito demonstração, e a intersecção da crise cultural com a atividade do movimento social (Zald, 1992, p. 327).

Zald ressalta, todavia, que, embora estas questões impliquem mudanças em alguns pontos da teoria, não há, segundo ele, nada que possa efetivamente significar sua inaplicabilidade atualmente, em vez disso, a tarefa instigante consiste em integrar tais mudanças (1992, p. 327). Alguns dos principais aspectos que permanecem inalterados são: o cálculo de custo-benefício, pois, por mais primitivo que seja, implica em escolha e racionalidade em algum nível; a mobilização de recursos ocorre de muitas maneiras, internas ou externas ao próprio grupo; a atividade organizativa constitui um ponto importante dado que os recursos mobilizados precisam ser organizados; o Estado pode influenciar nos custos da participação, motivando ou reprimindo as iniciativas; os movimentos invariavelmente miram resultados e não há correspondência direta entre o tamanho do movimento e o sucesso da sua ação (idem).

Ressaltamos, neste ponto, o fato de que Zald busca proximidade com as abordagens desenvolvidas a partir do processo político, incorporando elementos destas análises e acrescentado outros, constituindo aquilo que ele chama de uma virada cultural [*cultural turn*]. Este giro passa a considerar, para além das análises sobre os custos e impactos das inovações tecnológicas: 1) como, num dado campo, a autoridade pode ser coletivamente mudada e reestruturada; 2) como novas formas (organizacionais), valores e ideologias, são infundidos dentro das estruturas sociais via contestação política; 3) e qual o papel dos empreendedores institucionais e dos ativistas na legitimação da nova forma organizacional (Zald *et al.*, 2000, p. 276).

Similarmente, os movimentos sociais são atraídos para a mobilização por repertórios culturais, organizativos e estratégias de protesto (Zald, 1996). Para este autor, “*novas formas organizacionais são construídas como um processo político no qual várias formas de ação coletiva, especialmente os movimentos sociais, têm papel proeminente*” (Zald *et al.*, 2000, p. 275).

Este ponto de vista sugere uma análise mais detalhada desenvolvida em três níveis de mobilização: *micro*, *meso* e *macro*. Zald (*et al.*, 1992) considera que é no nível da micromobilização que a teoria tem alcançado maior progresso, uma vez que, mediante uma série de estudos empíricos, foi possível avaliar como os ativistas

planejam as mobilizações, como as redes são usadas para recrutamento em diferentes tipos de movimentos e as condições sob as quais as pessoas se tornam participantes.

Dessa forma, afirma o autor, “*sabemos muito mais sobre como são recrutados participantes ativos do que porquê eles permanecem associados ou deixam os movimentos*”, dado que a literatura sobre micromobilização enfatiza amplamente o aspecto do recrutamento de participantes (Zald, 1992, p. 334). Um limite desse nível analítico está, segundo Zald, em tratar o aspecto psicossocial apenas no âmbito de uma racionalidade quantificadora, ocupada com cálculos de custos e benefícios. Devemos incorporar em nosso trabalho uma via mais sofisticada de racionalidade, afirma ele (idem, p. 335), denotando ampla concordância com Ferree (1992).<sup>67</sup>

No âmbito dos mesoestudos, Zald chama a atenção para o peso que se deu à teoria organizacional nas análises das organizações de movimentos, afirmando que,

Porque temos uma longa tradição de análise da SMO e esta análise é afeta a um campo maior da teoria sociológica, a análise organizacional, a teoria da mobilização de recursos apropriou-se excessivamente da teoria organizacional. Infelizmente, a teoria organizacional se nos apresenta com uma linguagem que, devido à sua orientação para a burocracia e para a estrutura formal, pode arquear as análises das mais ilimitadas e frágeis formas de organização, geralmente encontradas em movimentos sociais (Zald, 1992, p. 336).

Zald não está propondo a supressão da teoria organizacional nas análises dos movimentos sociais, ao contrário, ele está sugerindo que, para o caso das organizações de movimentos sociais, é preciso enxergá-las a partir do contexto das indústrias de movimentos, o que pressupõe abrir mão da primazia de uma única via analítica. Este nível *meso* está relacionado com os laços interorganizacionais desenvolvidos pelas SMOs, e não com a forma como operam individualmente. Conforme Zald, foi comum na tradição passada identificar uma simples organização de movimento social com todo o movimento (1992, p. 337). No entanto, como no caso dos Direitos Civis, pode-se detectar, de acordo com a discussão proposta por Barkan (1986) e Morris (1984),<sup>68</sup> traços de relações interorganizacionais.

Por outro lado, no nível *macro*, temos a análise do impacto das interferências do Estado, seja de forma direta através de pressões, retaliações ou incentivos, seja através das implicações de determinadas políticas públicas:

---

<sup>67</sup> Gamson (1992) considera que este nível da micromobilização opera de modo transversal e influencia os níveis da identidade coletiva, da solidariedade e da consciência, elencados inicialmente por Cohen (1985).

<sup>68</sup> Citados por Zald (1992, p. 337).

O Estado gera muitos assuntos com os quais os movimentos sociais se debatem; além disso, o Estado facilita ou impede os movimentos, ameaçando ou aumentando os custos da ação coletiva, operando em coalizão com o movimento ou opondo-se a ele (Zald, 1992, p. 339).

Neste sentido, para melhor entendermos este nível *macro*, seria necessário ampliar as ligações analíticas com pesquisas da ciência política e da história, dado que os movimentos, pelo impacto da ação estatal, atuam em arenas e fronteiras que estão além da esfera legislativa (Zald, 1992, p. 339).

#### 1.4 – A Mobilização Política

A este processo que suscita a revisão de pontos nodais da teoria da mobilização de recursos, Gohn (2007) prefere nomeá-lo de *mobilização política* (MP). A razão para esta escolha está, segundo a autora, no fato de que esta nova teoria ocupa-se majoritariamente do aspecto da mobilização, “*não captando de fato a política como um todo, como um processo que envolve a sociedade política e a sociedade civil, fixando-se mais nas oportunidades políticas da sociedade política e não vendo dinamismo na sociedade civil*” (Gohn, 2007, p. 76). No entanto, julgamos que, embora o nome pareça mais adequado (em vez de uma noção restrita de *oportunidade política*), esta terminologia só é corretamente aplicada quando se leva em conta a coexistência de outras oportunidades e condições facilitadoras da ação coletiva, bem como o porquê da escolha das oportunidades políticas em lugar de outras. Segundo Tarrow (1996), os movimentos sociais não só agem a partir dos sistemas de oportunidades políticas mas, também, criam oportunidades, as quais podem se dar, inclusive, em torno do direito de participação (Tarrow, 1996, p. 36). Em outros termos, a noção de oportunidades políticas é um caso particular da teoria do processo político e, de acordo com o que se pode inferir da afirmação de Tarrow, esta noção não exclui uma consideração acerca do dinamismo da sociedade civil, ao contrário, é um dos motores deste dinamismo: “*Os movimentos sociais não apenas criam oportunidades para eles mesmos e seus aliados, eles também criam oportunidades para oponentes e elites*” (Tarrow, 1996, p. 59).

Por outro lado, se adotarmos o ponto de vista de que a mobilização política é unicamente uma revisão da teoria da mobilização de recursos, invariavelmente caímos no plano teórico da teoria organizacional, equiparando movimentos sociais com

organizações formais. Mais uma vez, tal percepção avança muito pouco, tendo em vista o fato de que as pesquisas têm logrado expressar que, na realidade, os movimentos sociais apresentam-se sob configurações múltiplas. Conforme enuncia o próprio Zald, citado na seção anterior, este peso na teoria organizacional pode eclipsar outras formas de ação coletiva ou movimentos sociais fracamente organizados (Zald, 1992, p. 336). Visando superar essa circularidade, propõe-se, em lugar da análise da estrutura organizacional, uma análise da “dinâmica organizacional”:

No mínimo, as pessoas precisam sentir-se ambas prejudicadas em relação a algum aspecto de suas vidas e [sentir-se] otimistas quanto ao fato de que, agindo coletivamente, elas podem corrigir o problema (Zald; McCarthy; McAdam, 1996: p. 5).

Na prática, o que esta teoria traz de novidade em relação à teoria da mobilização de recursos, refere-se a uma reintrodução da psicologia social a partir de questões desprezadas na MR: a importância dos processos cognitivos; a “dimensão ideacional da ação coletiva”; a “dimensão cultural dos movimentos sociais”. Estes três autores, em texto coletivo, propõem que, para um completo entendimento da dinâmica do movimento social, é necessário ligar estes três fatores (idem, p. 7) e isto é feito a partir do desenvolvimento dos conceitos de oportunidades políticas, mobilização de estruturas e processos de *framing* (idem, ibidem).

Podemos, portanto, indicar que a noção de mobilização política se desenvolve em torno de três eixos, os quais visam superar problemas distintos. Primeiro, o desenvolvimento de um profícuo debate com os teóricos europeus, especialmente aqueles mais diretamente ligados à teoria dos novos movimentos sociais, é um dos elementos que dirigem tais mudanças. Um segundo eixo pode ser atribuído à própria dinâmica dos movimentos que foram analisados no início da MR. Estes, ao longo dos anos, passaram por mudanças que propiciaram releituras dos mesmos, a exemplo do movimento pelos direitos civis e os conflitos raciais, e a gama de conteúdos simbólicos e compromissos valorativos que foram assumidos desde então, refletindo-se em novas práticas discursivas, dentre elas, por exemplo, a política do “politicamente correto” – “os negros deixam de ser chamados de *blacks*”, passando pelos *colored*, “passam a ser denominados de *african-american*” (Gohn, 2007, p. 70). Uma terceira fonte de autocrítica, se refere às reações às críticas que foram levantadas por Cohen a partir do artigo “*Strategy or Identity*” (1985).

Se considerarmos a mobilização política enquanto um conjunto de revisões na *resource mobilization*, temos que, em termos prático-formais a MR passa a ser tratada a partir de duas fases, sendo que a segunda, pelo caráter abrangente e pela abertura que propicia, estaria ainda em construção – tendo se ampliado, a partir dos anos 90. Outro aspecto relevante a ser aqui considerado, diz respeito aos autores que se empenharam em traçar revisões. Desde os propositores iniciais (principalmente Zald e McCarthy, como já vimos), todos os autores mais influentes daquela teoria trabalharam de alguma forma em revisões na MR. Em geral estes autores tratam o tema a partir do conceito de processo político, englobando os campos da cultura e da identidade coletiva. Munk (1997), questiona o fato de que, embora se trate de uma revisão, esta ocorre a partir das críticas que lhes foram dirigidas pelos teóricos dos novos movimentos sociais sem, contudo, amenizar os aspectos críticos da MR, como a noção de estratégia – atrelada à noção de cálculo de custo-benefício. No entanto, tal crítica não se mostra totalmente justificável. Ao amenizar o peso da análise organizacional, incorporando outras dimensões, os autores originários da MR passam a tratar as questões políticas em múltiplos níveis de interpretação, entendendo-as na sua dinâmica e processo e não apenas pelas formas organizacionais que suscita.

A ideia de processo político, desenvolvida a partir de então, envolve considerações: 1) acerca da estrutura de oportunidades políticas; 2) acerca da organização; 3) acerca dos processos de construção coletiva de significados. O primeiro aspecto, a estrutura de oportunidades, muito embora se volte para o campo da política, lida com o mapeamento de estratégias que permitam pinçar, dentre as oportunidades, aquelas que são mais favoráveis à ação coletiva com menores custos de participação. A organização, ou mobilização de estruturas necessárias para o desenvolvimento da ação, bem como para a continuidade dos grupos, é tratada, principalmente por Zald (*et al.*, 2000) enquanto fonte de inovação cultural. O terceiro aspecto, a análise cultural, lida com observações das orientações do movimento a partir do uso e das construções que fazem em termos de linguagem, símbolos, ideologias e práticas de resistência cultural – isto é, a partir do que McAdam, McCarthy e Zald (1996) chamam de *framing processes*. A esse respeito, Gohn (2007) afirma que,

A ênfase na mobilização de recursos, como grande eixo articulador da teoria, continuou, mas a nova etapa não considera apenas os recursos econômicos, e a lógica instrumental-racionalista deixou de ser o eixo central condutor das análises. As táticas não-convencionais – tratadas como atos

anômalos pelos clássicos – passaram a ser vistas como contendo um lado positivo para o entendimento da mudança social. Isto porque os protestos, por exemplo, são construídos socialmente e como tal geram energias novas. Há a necessidade de intenso compromisso (pessoal e coletivo) para que um objetivo atinja suas metas (Gohn, 2007, p. 71).

Parte substantiva dessa reformulação se apoia na retomada de argumentos de cunho psicossociais, acionando, para tal, elementos da psicologia social, o processo político em lugar das considerações apenas econômicas, e a concentração das análises no micronível. Gamson (1992) está entre os autores que, a partir de uma retomada da psicologia social, fazem a ponte entre as leituras dos paradigmas norteamericano e europeu. Ele defende a necessidade de se realizar mudanças na MR, tendo como ponto de partida uma defesa da psicologia social enquanto importante ferramenta analítica que, junto com a sociologia, poderão produzir estudos mais consistentes acerca da micromobilização.

Para Gamson, aquele modelo de psicologia social, que outrora fora alvo das críticas dos pesquisadores dos movimentos sociais, já não existe mais, teve seus dias e com boas razões (1992, p. 53). Para ele, atualmente a psicologia social que ressurgiu é ressignificada como uma fronteira maior (p. 54). Em outras palavras, não se trata de negar a importância da organização, posição social [*social location*], e do cálculo de custos e benefícios para os atores do movimento: “*Mas há um crescente reconhecimento de que um foco exclusivo sobre tais componentes deixa sem resposta algumas das questões mais críticas e difíceis*” (Gamson, 1992, p. 54). Desse modo, paralelamente aos três pontos centrais que foram apresentados por Cohen (1985) – identidade coletiva, solidariedade, e consciência – ele propõe a introdução de uma quarta questão que se entrecruza a todas as outras: a micromobilização (idem, p. 55). Autodefinindo-se enquanto um autor da tradição interdisciplinar, ele defende que as questões sobre os movimentos sociais devam ser consideradas a partir dos diferentes pontos de vista, dado que tanto a psicologia social quanto a tradição sociológica tem algo a dizer sobre eles. Segundo afirma, a psicologia social vai lidar com a malha [*mesh*] formada entre o *self* e a sociedade,

Cada um dos problemas centrais – identidade coletiva, solidariedade, consciência e micromobilização – afetam essa malha. Na prática os processos são completamente interligados, mas a distinção é necessária analiticamente (Gamson, 1992, p. 55).

A identidade coletiva, presente na malha formada entre o indivíduo e o grupo, suscita a questão acerca de como os indivíduos que estão ocupados com uma definição compartilhada, coparticipando em algum esforço por mudança social, levantam a pergunta sobre quem somos “nós”. A solidariedade refere-se à malha entre o indivíduo e o sistema social. Neste caso, a questão é: como indivíduos desenvolvem e mantêm lealdade e compromisso com os atores coletivos – isto é, com os grupos ou organizações. A consciência envolve uma malha entre os níveis individual e cultural. A questão seria saber como o significado que os indivíduos dão a uma situação social se torna uma definição compartilhada, implicando ação coletiva. A micromobilização examina os microeventos que ligam os níveis individual e sociocultural na operação da identidade, solidariedade e processo de consciência (Gamson, 1992, p. 55), e se refere aos mecanismos de interação pelos quais os níveis individual e sociocultural são reunidos, às interações face-a-face e à dinâmica dos grupos (Gamson, 1992, p. 71).

A variável central é a mobilização, e diferentes processos de micromobilização são resultantes de diferentes tipos de processos políticos a partir de encontros: de recrutamento, internos, com os meios de comunicação, com aliados, com contramovimentos e encontros com autoridades (Gamson, 1992, p. 72). Segundo Gamson, no transcurso desses encontros são abertos os canais para a expressão da identidade coletiva, da solidariedade e do *frame* de ação coletiva.

Este enfoque de Gamson (1992) estabelece o paralelo entre as reformulações na teoria da mobilização de recursos, o desenvolvimento da teoria da mobilização política, e as contribuições de Melucci, um dos autores frequentemente associados com a teoria dos novos movimentos sociais que, no entanto, exerce influência também nas teorias norteamericanas.<sup>69</sup> Para Melucci (1996), há interesses e formas de ação que são formados fora ou para além das fronteiras e regras do jogo político, e este é o campo da ação coletiva (Melucci, 1996, p. 287). A sua contribuição mais significativa está no desenvolvimento de reflexões acerca da identidade coletiva e de uma teoria da ação coletiva que inclui os movimentos sociais como um caso particular desta. Assim, os

---

<sup>69</sup> Este aspecto da colaboração de Melucci é sublinhado por Tarrow (1992) para quem, dentre os autores daquele período – junto com as noções de *ideological packages* (Gamson, 1989), *consensus mobilization* (Klandermans, 1988; 1989) e *collective identities* (Melucci, 1988; 1989) – tais contribuições passam a preencher lacunas interpretativas especificamente no que se refere ao estudo das ligações entre as estratégias e o sucesso dos movimentos sociais (Tarrow, 1992, p. 186): “*The categories they propose are by now familiar to specialists in the field. With some differences in approach, these scholars attempt to conceptualize how ideological symbols are shaped by movement organizers, how effective they are in mobilizing opinion, how they evolve over time, and how the mobilization of consensus relates to collective action*” (Tarrow, 1992, p. 187).



movimentos sociais são, para ele, uma espécie de sistema de alarmes, a constante lembrança dos limites da política, e a ação coletiva é alimentada “*pelas necessidades que têm origem no fabrico social da vida cotidiana e que não são compreendidas pelo sistema político, ou são excluídas de seus filtros*” (idem). Em outros termos, trata-se de considerar analiticamente também a dimensão social da ação coletiva, esquecida em muitas análises importantes.

### 1.5 – *Melucci: a ação coletiva e os movimentos sociais como categoria analítica*

Percebendo a necessidade de um marco teórico para o estudo dos movimentos sociais, Melucci (1996) traz elementos para a construção de um método ou roteiro analítico que permita estudar a ação coletiva, entendendo que os movimentos sociais são aí um caso particular. Em outras palavras, este foco no micronível de análise, tal como sugerido por Gamson (1992) e Zald (*et al.*, 2000), permite analisar os movimentos sociais a partir do desenvolvimento de algumas estratégias, dentre elas: 1) a percepção do campo do conflito, entendendo que este é compartilhado mutuamente pelos atores que se antagonizam, e é também o campo no qual os movimentos se organizam e constroem as suas estratégias; 2) e o reconhecimento mútuo de um “nós” que, por sua vez, proporciona o surgimento ou fortalecimento da identidade coletiva.

Assim, considerando-se estes dois aspectos, o campo do conflito, ou campo organizacional – para dizer nos termos de Zald (*et al.*, 2000) e Gamson (1992) – e o reconhecimento mútuo de um “nós”, chega-se a uma definição de identidade coletiva que, nos termos de Cohen (1985), integra as dimensões identitária e estratégica. Para Melucci,

[...] identidade coletiva é uma definição interativa e compartilhada, produzida por certo número de indivíduos (ou grupos em níveis mais complexos) em relação à orientação de suas ações e ao campo de oportunidades e constrangimentos onde estas ações têm lugar (Melucci, 1996, apud Gohn, 2007, p. 158).

Esta noção de identidade coletiva é alcançada a partir de um empenho em explicar a própria ação coletiva, os movimentos sociais, e os tipos de interação que permitem esta definição interativa e compartilhada de um “nós”.

As teorias clássicas norte-americanas, lastreadas na sociedade de massas e no comportamento coletivo, se tornaram inaplicáveis para os casos de ação coletiva surgidos a partir dos anos 60, principalmente por não adaptarem adequadamente as suas ferramentas analíticas. Segundo Melucci, as teorias surgidas após aquela década também já não estariam suficientemente adaptadas para o estudo dos movimentos sociais contemporâneos, por isso ele insiste que a tarefa atual consiste em desenvolver um programa de pesquisa que permita, em primeiro lugar, tratar adequadamente a dimensão social da ação (1996, pp. 14-15).

Uma versão preliminar da teoria da ação coletiva foi apresentada por ele (Melucci, 1978), da seguinte forma:

*Primeiro nível: Defino a ação coletiva como o conjunto das condutas conflituais em um sistema social. Uma ação coletiva implica a luta de dois atores, os quais se caracterizam por uma solidariedade específica e se opõem um ao outro pela apropriação e destinação de valores e recursos sociais (Melucci, 1978, p. 37-38 – grifos no original).*

A ideia de solidariedade específica é, neste caso, similar à noção de identidade coletiva e constitui o ponto central para o entendimento da ação enquanto um tipo de oposição entre atores no embate pela apropriação e destinação de valores e recursos sociais. Esta definição geral é um primeiro nível da ação coletiva que pode ser incrementada pelo segundo nível:

*Segundo nível: A ação coletiva compreende também todas as condutas que rompem [cassent] as normas institucionalizadas nos papéis sociais, que ultrapassam [débordent] as regras do sistema político e / ou que atacam a estrutura das relações de classe de uma sociedade (Melucci, 1978, p. 38 – grifos no original).*

Dois conceitos derivam dessas duas condições: ação conflitual e movimentos sociais. A ação conflitual é a marca de toda e qualquer ação coletiva que corresponda à primeira condição – essencialmente, a luta entre dois atores pela apropriação e destinação de valores e recursos sociais.<sup>70</sup> Os movimentos sociais estão implícitos no segundo nível, tendo que, para isso, atender também à primeira condição. Em linhas gerais, o primeiro tipo de ação coletiva pode ocorrer independentemente do segundo, porém, este último, só pode acontecer quando a primeira condição lhe abre o campo. A

<sup>70</sup> Mas é preciso destacar aqui a distinção entre ação conflitual e o conflito, propriamente dito. A ação conflitual é caracterizada como estopim da ação coletiva, o conflito, ao contrário, pode inclusive ser solucionada na esfera do consenso.

segunda condição é, por isso, subordinada à primeira. Por tal razão, os movimentos sociais são entendidos como um caso particular da ação coletiva, ou seja, no caso em que se ultrapassa os limites do sistema político ou do sistema normativo e cuja ação é decorrente da presença de atores que compartilham uma solidariedade específica e que se opõem a outros em torno de valores e recursos sociais.

Por um lado, se ocorrer apenas a primeira condição, temos que a simples existência de um conflito não caracteriza um movimento social. Por outro lado, se ocorrer apenas a segunda, a simples ruptura de regras ou a recusa de normas, também não é suficiente para identificarmos um movimento social. É necessária a ocorrência simultânea das duas condições, dois atores lutando por um prêmio almejado por ambos os lados e o rompimento de limites e (in)compatibilidades com o sistema (Melucci, 1978, p. 38).

Estas duas categorias gerais, identificação do adversário e a quebra de limites e compatibilidades no sistema no qual a ação tem lugar, permitem distinguir entre ações *conflituais reivindicativas* e ações *conflituais políticas*, referindo-se, respectivamente, a conflitos no interior de organizações e / ou no sistema político. No caso dos movimentos sociais, também podemos falar de *movimentos reivindicativos* e *movimentos políticos*, sendo estes últimos: “ações coletivas que tendem a aumentar a participação política e a melhorar a posição relativa do ator nos processos de formação das decisões” (Melucci, 1978, p. 38). Num segundo plano, no qual outros interesses estão em jogo, outras derivações são possíveis, abordando conflitos relativos a classes ou a combinação de interesses de classes com interesses políticos.

Quanto às dicotomias apresentadas nas teorias tradicionais dos movimentos sociais, especialmente aquelas noções que tendem a ver os movimentos sociais como resposta ou reação à mudança social, Melucci (1978), explica porque devemos declinar de tais pontos de vista. Primeiro, porque se pressupõe um tipo de historicismo nato, que pensa a mudança como produto de um processo ‘natural’ da sociedade. Segundo, porque tais teorias, nos dizem muito sobre *como* a ação coletiva se manifesta e pouco sobre o *porquê*, transformando a mudança numa causa exógena ao processo estudado.<sup>71</sup>

Esse primeiro desenho de uma teoria da ação coletiva aparece, contudo, incompleto, uma vez que trata no mesmo nível as orientações da ação coletiva quanto à

---

<sup>71</sup> Segundo Melucci, (...) das duas coisas uma. Ou atribuímos a mudança unicamente às causas exógenas, e então somos obrigados a negar a realidade, ou então, se a mudança nasce no interior do sistema, a teoria é contraditória porque não é capaz de explicar a mudança pelas mesmas categorias utilizadas para a ação coletiva” (Melucci, 1978, p. 44 – grifos no original).

solidariedade (isto é, a identidade coletiva propriamente dita), quanto ao conflito (limitado apenas à existência de opositores) e quanto à quebra de limites e compatibilidades (o rompimento de barreiras dentro do sistema normativo).

Em *Challenging Codes* (1996), Melucci renova sua teoria da ação coletiva incluindo outras dimensões que nos permitem abstrair uma interpretação mais concisa das noções de consenso e conflito. Para ele, além de reforçar aquele caráter de categoria analítica, os movimentos sociais podem ser melhor entendidos como uma lente “*por meio da qual os problemas mais gerais podem ser abordados*” (Gohn, 2007, p. 157). Resumidamente,

- 1 – a análise precisa distinguir entre uma “*reação a uma crise e a expressão de um conflito*” (Melucci, 1996, p. 22);
- 2 – a análise deve distinguir entre “*diferentes orientações da ação coletiva.*” Algumas ações envolvem solidariedade, outras, conflito e outras a quebra de limites e compatibilidades (Melucci, 1996, p. 23);
- 3 – “*o campo analítico da ação coletiva depende do sistema de relações dentro do qual e para o qual ela é dirigida*” (Melucci, 1996, p. 25);
- 4 – “*a noção de movimento social é uma categoria analítica*” – ela designa aquela forma de ação coletiva que:
  - a – invoca solidariedade;
  - b – torna manifesto um conflito;
  - c – impõe uma quebra de limites no sistema dentro do qual a ação tem lugar (Melucci, 1996, p. 28).

Diferentemente da primeira definição, a noção de movimento social agora incorpora quatro dimensões condicionantes: 1) precisa haver um tipo de ação que seja reativa ou defensiva; 2) uma distinção das orientações, isto é, qual o é o alvo e a aposta; 3) uma distinção do sistema de relações ao qual se dirige, em outras palavras, a identificação do adversário; 4) e, como categoria analítica, possibilita o reconhecimento de como os atores percebem o campo do conflito e como atuam na identificação do adversário.

Na sequência do argumento de Melucci, a noção de movimento social como categoria analítica e como um caso particular da ação coletiva, é reafirmada nos seguintes termos:

- 5 – um movimento social se refere apenas a uma forma específica de ação coletiva dentre muitas outras que combinam orientações e campos de diferentes tipos (Melucci, 1996, pp. 29-30);
- 6 – os movimentos podem ser distintos de acordo com o campo de sua ação, podendo recorrer a movimentos de resistência, grupos de pressão, movimentos políticos, ou conflito direto (Melucci, 1996, p. 34).

A próxima asserção retoma o tema da ação coletiva numa perspectiva que também foi analisada por McCarthy e Zald (1990) e Gamson (1992), tratando de duas categorias: campo organizacional e mobilização dos recursos. Neste caso, é sublinhado o aspecto do jogo das preferências como característico do campo organizacional (McCarthy e Zald, 1990), e o aspecto da micromobilização (Gamson, 1992), como fatores que possibilitam ao ator coletivo freqüentar simultaneamente uma ou mais organizações,

- 7 – Um ator coletivo opera dentro de vários sistemas organizacionais ao mesmo tempo; frequenta um ou mais sistemas políticos; ele age dentro de uma sociedade que compreende a coexistência de vários modos de produção. Sua ação, portanto, envolve toda uma variação de problemas, atores e objetivos (Melucci, 1996, p. 37).

Melucci defende que toda forma de ação coletiva é um sistema de ação que combina recursos, orientações / valores, atores, oportunidades e obstáculos. Assim, a identidade coletiva pode ser definida como dois processos concomitantes sendo, ao mesmo tempo, a construção de um sistema de ação e um processo de aprendizagem no qual os significados das ações são incorporados à *práxis* do grupo (Gohn, 2007, p. 159). O próximo ponto explicita tal articulação:

- 8 – Os atores produzem ação coletiva porque eles estão aptos a definir a si mesmos e sua relação com o ambiente (outros atores, recursos disponíveis, oportunidades presentes e obstáculos). O processo que permite criar tais

definições não é, contudo, linear: os eventos nos quais um número de indivíduos age coletivamente são produto de sua interação, negociação e oposição entre diferentes orientações da ação (Melucci, 1996, pp. 39-40).

Os atores coletivos estão também envolvidos num processo de construção de identidade coletiva. Trata-se de algo próximo da renúncia às diferentes orientações individuais em função da realização de metas sociais que considerem, de um lado, os fins da ação (isto é, o significado que tal ação tem para cada ator), os meios (ou possibilidades e limites da ação) e, finalmente, uma relação com o ambiente (o campo no qual a ação terá lugar [Melucci, 1996, p. 40]). O processo de constituição da identidade coletiva é desencadeado sob a mediação do tema-chave do conflito. Neste sentido, o sistema de ação desencadeado põe em relevo as orientações e se desenvolve num campo de oportunidades ou constrangimentos (Melucci, 1996, p. 70).

Toda essa articulação é tornada efetiva a partir de uma lógica interna que se processa a partir de procedimentos interativo-comunicativos que permitem a permanente ativação de códigos culturais. Por conseguinte, podemos entender a identidade coletiva, a partir das seguintes condições:

Os movimentos sociais desenvolvem identidade coletiva em uma relação circular com um sistema de oportunidades / restrições. Os atores coletivos são capazes de se autoidentificarem quando eles aprendem a se distinguir a si mesmos e o ambiente, o qual oferece para a ação social um campo de oportunidades e restrições que, a seu turno, são reconhecidas e definidas como tal pelo ator (Melucci, 1996, p. 73).

O aspecto relacional-ambiental não só garante a definição de uma identidade coletiva como, de igual modo, amplia as possibilidades de continuidade do movimento, isto é, a componente relacional, ao mesmo tempo em que produz a sobrevivência do movimento social, torna-se a chave pela qual o movimento produz conhecimento e se torna capaz de autorreflexão. É também por isso que, segundo Melucci, o “conteúdo” dessa identidade e sua “duração” temporal variam de acordo com o tipo de grupo a que se refere, não constituindo um dado concreto e mensurável, ela está em permanente reformulação, afetada por uma seqüência de vetores, cada um, ou sendo oriundo de direções diversas ou partindo deste centro identitário e afetando outras identidades. Finalmente, é também por não ser um *datum* que a identidade coletiva só pode ser tomada como uma ferramenta analítica e, por funcionar também como uma lupa, cabe

ao pesquisador verificar o que se pode enxergar através dela – auxilia a análise do fenômeno, informando-nos sobre dimensões que não poderiam ser percebidas com o uso de outras ferramentas (Melucci, 1996, p. 77).

Os temas aqui discutidos constituem, por assim dizer, a lupa por meio da qual podemos olhar os movimentos de consumidores bem como destacar a importância da teoria da mobilização política para a compreensão dos mesmos.

Resumidamente, as novas abordagens sobre os movimentos sociais não podem ser entendidas simplesmente como rupturas com as teorias clássicas, algumas dimensões permanecem intocadas e outras são reconstruídas, dentre elas, o próprio desenvolvimento controverso do conceito de movimento social (embora tenha havido avanços na forma de interpretá-los, não se pode afirmar com a mesma ênfase a existência de um conceito com abrangência suficiente para explicar todos os tipos de movimentos). Pudemos observar que a teoria da mobilização de recursos contribui em maior volume para o conjunto de revisões que são agregadas na teoria da mobilização política. É notório o empenho dos autores em redefinir um *status* específico para a psicologia social, bem como a disposição em amenizar o peso da análise organizacional como principal fonte interpretativa. Por isso, esta abertura já permite a superação do problema do participante eventual (o *free-rider*) e, ao mesmo tempo, consolida o tema da ação coletiva enquanto uma fronteira maior que os movimentos sociais, entendidos como a “dimensão social” da ação coletiva, isto é, um caso particular desta. Segundo Melucci (1996), o empenho anterior em explicar os movimentos sociais, seja pelo aspecto organizativo, seja pelo aspecto do seu significado na mudança social, produziu o distanciamento entre os dois grandes campos teóricos, desenvolvidos na Europa e nos Estados Unidos. A definição de ação coletiva que este autor nos apresenta permite, por conseguinte, estudá-la a partir da categoria analítica *movimentos sociais*, isto é, a partir das construções teóricas que nos ofereceram ferramentas diversas para analisar as formas de organização, as formas de promoção ou constrangimentos da ação coletiva e as construções identitárias e partilha de significados que fazem operar processos de escolhas entre formas de ação, interpretação e visões de mundo.

Resta-nos, portanto, verificar como os movimentos de consumidores podem ser interpretados a partir dessa visão ampliada que considera, simultaneamente, um tipo específico de organização, uma forma peculiar de interação com as esferas política e econômica, e a intersecção entre um significado específico de direito dos consumidores

e ação coletiva dos consumidores. Em outras palavras, pretendemos explanar nas próximas páginas como a compreensão de um novo campo de direitos, ou ainda a luta em torno de novos direitos, define uma fronteira e um modo de ação o qual vem sendo chamado de consumerismo.



## CAPÍTULO II

### PRIMEIRA PARTE

#### O consumerismo como questão sociológica – “a revolta dos carrinhos”

*Eu me utilizo de todos os meios da sociedade de consumo,  
Penetro no sistema, mas como um veneno.*  
Raul Seixas (1945-1989).

Tendo em vista a diversidade de abordagens que envolve a definição do consumerismo e as múltiplas possibilidades de análise que podem ser desenvolvidas, e para alcançarmos uma exposição mais aproximada do consumerismo no Brasil, dividimos este capítulo em duas partes. A primeira trata da definição geral do fenômeno, apresentando algumas bases teóricas e empíricas relatadas pelos autores analisados. Na segunda parte, a partir de dados e documentos consultados, apresentamos a evolução do tema no Brasil, até o formato que, enfim, é nosso foco: aquele referente às ações dos consumidores a partir dos anos 80 e que inclui a combinação de ações de protestos, manifestações públicas, boicotes, “fiscalização” etc., além do aspecto organizativo.

Dado o nosso interesse em analisar este fenômeno à luz das teorias dos movimentos sociais, destacamos duas premissas que contribuem para refinarmos o foco da primeira parte deste capítulo:

1) No caso do consumerismo, pode-se afirmar que há um campo de lutas em torno de direitos no qual podemos englobar os direitos que se pressupõe existir na relação de mercado, genericamente definida por Weber como «*uma pluralidade de interessados que competem por oportunidades de troca*» [Weber, 2009, p. 419].<sup>72</sup> O consumerismo, em tal relação, focada especificamente na troca, tem como uma de suas

---

<sup>72</sup> Doravante, para a citação de obras clássicas, adotaremos o colchete para indicar, na realidade, o ano da edição que estamos utilizando.

metas, alterar a estrutura e as regras de funcionamento das relações de consumo, buscando inserir critérios como: equidade e reciprocidade contratual; garantias quanto à saúde e proteção do consumidor contra danos possíveis; informação adequada sobre as qualidades e limitações dos produtos; ou ainda, critérios ligados a hábitos de consumo e possíveis impactos sobre o meio ambiente;

2) Estes movimentos constroem-se sob bases diversas, focando os mais variados assuntos que têm implicações no comportamento de compra e, para isso, se constituem como associações, algumas com fortes características organizativas. Dentre os autores que estudam estes movimentos, Zald (*et al.*, 2000) os analisa à luz das novas dimensões produzidas pela teoria da mobilização política (que inclui a estrutura de oportunidades políticas, a mobilização de estruturas e os processos de *framing*), mostrando-se particularmente interessado em explorar como, e em quais condições (sejam estas, estruturais, estratégicas e / ou políticas), estes movimentos se tornam aptos a criar novas formas organizacionais.

Como será demonstrado neste capítulo, e bem exemplificado no próximo, o que está em jogo é a exigência de uma mediação legal. Muito já se conquistou neste sentido, contudo, a cada novo conflito que se encontre ainda descoberto de uma retaguarda jurídica, os movimentos de consumidores se articulam para exigir normas (que podem ser entendidas como qualquer ato, desde portarias e decretos a prescrições no âmbito constitucional) como uma forma de sanar futuros conflitos em casos semelhantes.<sup>73</sup> Por tal razão, nas relações de consumo, como na lei da oferta e da demanda, supomos existir um terceiro polo que se encarrega de zelar pela defesa dos interesses dos consumidores, entendidos como a parte vulnerável na relação.

Poucos estudos sobre os movimentos sociais, ou sobre o consumo, mencionam os movimentos de consumidores e, quando o fazem, citam-nos apenas como exemplos de reações a determinadas práticas do mercado. Buscar entendê-los enquanto um tipo de ação coletiva que envolve questões mais amplas que aquelas determinadas pelas relações no mercado, constitui, pois, uma tarefa de grande envergadura a qual não pode ser completamente coberta nos limites deste trabalho.

Por tal razão, nosso empenho será em desenvolver uma exposição de caráter descritivo, e supomos poder realizá-la a contento a partir: das análises desenvolvidas

---

<sup>73</sup> No Brasil, um exemplo recente é o Decreto 6523/08, do Ministério da Justiça, que regula os serviços de atendimento ao consumidor, determinando acesso gratuito, a facilitação da opção referente a cancelamento do serviço bem como a opção de atendimento humano, em lugar do eletrônico.

por Zald (*et al.*, 2000); das reflexões sobre o *consumo ético e consumerismo* desenvolvidas por Harrison (*et al.*, 2005), Hilton (2003) e Lang e Gabriel (2006), e; para o caso do Brasil, a partir do exemplo e análise de informações fornecidas por um movimento específico, o Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais (MDCMG).

## 2.1 – Os movimentos de consumidores nas análises de Zald

Segundo Zald (*et al.*, 2000), há três fontes distintas de movimentos sociais: 1) *falhas organizacionais e de mercado*; 2) *campos organizacionais*; 3) e *políticas reativas* (*idem*, pp. 243-265). Dado que os dois primeiros pontos se referem a questões meso e macrosociológicas, nos ocuparemos mais detidamente do último ponto, posto que é aí que o autor explica a ação de algumas organizações de consumidores. Antes, este autor assim define as duas primeiras fontes de movimentos sociais:

1) Na hipótese de falhas organizacionais ou de mercado, abre-se um campo de oportunidades para a ascensão de movimentos sociais a partir da percepção de clivagens ou falhas estruturais em setores do mercado ou grandes organizações. Tais falhas possibilitam que uma liderança preparada possa motivar um grupo a gerar processos de *framing*, e esta habilidade na elaboração de um problema cria oportunidades para a redução dos custos da mobilização e da participação (Zald *et al.*, 2000, p. 244). Os líderes organizadores, ou empreendedores institucionais, assumem um papel-chave nestes processos, posto que podem mobilizar legitimidade, finanças e pessoal. Estas lideranças são também capacitadas para enquadrar as queixas e os interesses dos lesados, diagnosticar causas, atribuir culpas, fornecer soluções, e promover a atribuição coletiva de processos de ação / operação (Zald *et al.*, 2000, p. 244 – citando Snow & Benford, 1992: 150).

2) Os campos organizacionais podem ser distintos em três níveis: intersticial, fragmentado e hierárquico. Zald argumenta que os campos organizacionais operam no mesonível das análises e são *locus* da mediação entre organizações e instituições, são compostos de agências regulatórias, sociedades profissionais, consumidores, fornecedores e organizações que produzem bens e serviços similares (Zald *et al.*, 2000, p. 251). Assim, são produzidas formas organizacionais, diferenciadas: por resistência e competição, quando novas formas organizacionais são produzidas nas intersecções de

múltiplos campos (idem, p. 252); por movimentos de consenso, visando reduzir os pontos de distanciamento entre campos, surgem movimentos sociais nos campos fragmentados para estabelecer novas formas organizacionais (idem, p. 259); por campos hierárquicos que, por sua vez, são susceptíveis de originar movimentos de conflito, uma vez que em campos hierarquicamente estruturados, alguns destes campos são caracterizados por uma ordem dominante distinta na qual poucos grupos ou atores operam no ápice, enquanto outros sobrevivem às margens (idem, p. 262) – os movimentos sociais que surgem nestes campos são tipicamente de orientação para o conflito [*conflict-oriented*], no sentido de que o conflito surge quando os esforços organizados para modificar a ordem institucional prevalente encontram oposição de grupos com interesses opostos à mudança (Zald *et al.*, 2000, pp. 262-263).

Estes dois casos – falhas organizacionais ou de mercado e brechas entre campos organizacionais – lidam com as negociações e impulsos que os movimentos sociais lideram na produção de novas formas dentro ou entre campos existentes, frequentemente como resposta a vários tipos de falhas organizacionais ou de mercado, conforme afirma Zald. No entanto, ele propõe um terceiro nível que, neste caso, pode ser confrontado com a ação dos movimentos de consumidores, principalmente pelo aspecto de reação a orientações divergentes intramovimentos, localizando-se no micronível de análise: “*os próprios movimentos geram reações às suas próprias atividades que podem modificar seu desenvolvimento e impactos*” (Zald *et al.*, 2000, p. 265). Neste caso, o termo *política reativa* passa a ser utilizado como sinônimo de um processo específico de indução de movimentos sociais que não podem ser explicados a partir de falhas organizacionais ou de mercado, da exploração das oportunidades apontadas por estas falhas ou, ainda, como tendo origem nos campos organizacionais existentes.

3) São três os tipos de movimentos com esta característica de política reativa: movimentos *spin-off*, *contramovimentos*, e movimentos *boundary truces*.

Os movimentos *spin-off*<sup>74</sup> direcionam a lógica mestra de um movimento iniciador para novos *loci*. Um exemplo desse processo (movimento iniciador – movimento *spin-off* – nova forma organizacional) ocorreu, segundo exemplo citado por Zald (*et al.*, pp. 265-268), quando o movimento de consumidores dos Estados Unidos,

---

<sup>74</sup> Por se tratar de um conceito tomado da teoria econômica, numa tradução mais singular para o campo da sociologia, poderíamos entendê-los como movimentos surgidos a partir de movimentos iniciadores. Segundo McAdam (1995, citado por Zald, *et al.*, 2000, p. 265), estes movimentos retiram seu “*ímpeto e inspiração de um movimento iniciador original*”, representando a difusão de uma lógica mestra.

nos anos 60, liderou campanhas que culminaram no reconhecimento oficial de direitos relativos aos interesses dos consumidores:

No início dos anos 60, um movimento dedicado à defesa dos interesses dos consumidores, sob a liderança de Ralph Nader, começava a ganhar notoriedade. Em contraste com o movimento de consumidores do início dos anos 30, que havia construído o consumidor [a partir da lógica da escolha racional]... o movimento de consumidores dos anos 70 articulou os direitos dos consumidores a preços acessíveis e a produtos seguros e de qualidade. Nader e outros ativistas criticaram os fabricantes de automóveis e outros produtores industriais por produzirem produtos inseguros e explorar o consumidor. Eles também persuadiram a administração Kennedy a reconhecer os interesses dos consumidores [tendo, este, promulgado um código de direitos para os consumidores] e lançaram uma campanha para fazer valer esses direitos através do ativismo jurídico (Zald *et al.*, 2000, p. 266).

O sucesso em tal empreitada levou ao surgimento de um movimento *spin-off* no campo da saúde, disseminando a criação de organizações de manutenção da saúde (HMOs) a partir dos anos 70, chegando próximo de 400 organizações deste tipo em 1991 (Zald *et al.*, 2000, p. 268).

Quando um movimento social dedicado a uma causa específica estabelece uma nova forma organizacional, segundo Zald, um contramovimento pode surgir reproduzindo a infraestrutura organizacional existente naquele movimento ao qual se opõe: “o contramovimento, por exemplo, pode estabelecer organizações que emulam a organização fundada por seus oponentes” (Zald *et al.*, 2000, p. 268). De qualquer forma, esta emulação é também uma estratégia da qual lançam mão dentro do estoque de recursos disponíveis. A mobilização de pessoas para a ação coletiva passa a ser resultante da escolha entre *frames* e corporações organizacionais, tornando-se, em acréscimo, uma questão política (DiMaggio, 1994; Tarrow, 1989).<sup>75</sup> Quando surge um contramovimento, a centralidade da causa é a defesa de interesses não representados pelo movimento social ao qual se opõe, ou em oposição ao tipo de interesse que é representado por aquele movimento.

Outro caso típico de política reativa gerando movimentos de consumidores refere-se aos movimentos que, mesmo se opondo em suas práticas e princípios, não estabelecem qualquer competição ou enfrentamento mútuo, ao contrário, trabalham para

---

<sup>75</sup> Citados por Zald (*et al.*, 2000, p. 268).

equilibrar o jogo de forças, construindo tréguas e consensos.<sup>76</sup> Aqui a questão política se torna ainda mais relevante, principalmente porque se trata de fronteiras que não podem ser equilibradas simplesmente por recursos técnicos ou por instituições existentes, ou pela contestação destes recursos e instituições. Zald afirma então que,

As fronteiras de uma nova forma organizacional são estabelecidas apenas quando há uma trégua entre os constituintes de um campo organizacional em torno do que eles usarão para organizar as atividades (Zald *et al.*, 2000, p. 270).

Podemos abstrair deste princípio geral que a resolução de conflitos, no campo do consumo, vai operar através do equilíbrio nas relações interorganizacionais, evitando que as arestas prejudiquem a causa comum, ou seja, formas organizacionais que, embora com interesses divergentes, atuam no mesmo campo. Geralmente, os movimentos que atuam nestes limites também exercem a função de controle social sobre a indústria e o comércio e, pelo potencial de consenso, ou pouca oposição que representam, constroem mais facilmente algum entendimento mútuo.

O exemplo citado por Zald para este caso é a organização *Consumers Research* (CR), que incluía no seu rol de atividades a busca de padrões para a indústria a partir do desenvolvimento de testes científicos (Zald *et al.*, 2000, p. 271).<sup>77</sup> Trata-se de uma organização fundada no início do século passado e que, a partir dos anos 30, devido a críticas de alguns membros acerca do verdadeiro papel desta entidade, da definição de um perfil político – que público pretendia atingir, que tipo de informação levaria a público e como lidar com denúncias e etc. –, tudo isso levou à criação de uma nova organização, a *Consumers Union Inc.* (CU) que, ao contrário da CR, percebia similitudes entre as causas dos consumidores e trabalhadores. A proposta central era motivar trabalhadores a atuarem na vigilância, e tal proposta recebia um aporte ideológico, gerado pelas reflexões em torno da impossibilidade de trabalhadores com menor poder aquisitivo acessarem produtos mais caros: “*Os problemas enfrentados pelos consumidores não eram apenas o da variedade de propagandas enganosas, eram, além disso, problemas de salários e rendas*” (Zald *et al.*, 2000, p. 271). Por causa desse perfil, a *Consumers Union* chegou a ser taxada de comunista e foi alvo de ataques também da *Consumers Research*. A implicação mais imediata refere-se à construção de

<sup>76</sup> Na tipologia de Zald, são os *boundary truces movements*.

<sup>77</sup> Basta citar que algumas mudanças encampadas pela indústria já estavam em curso desde 1908 como, num exemplo citado por Zald (*et al.*, 2000, p. 248), os fabricantes de fitas para máquina de escrever que reduziram as cores de 150 para 6 e os pneus dos automóveis que foram reduzidos de 287 para 9 tipos.

uma trégua entre ambas e, a partir da ação destas duas entidades, muitas outras surgiram: a *League of Women Shoppers* (1935), as *High Cost of Living Conferences* (1935), o *Milk Consumers Protective Committee* (1939), estas endossadas pela *Consumers Union* (Zald *et al.*, 2000, p. 273). Enquanto isso, a *Consumers Research* reforçou o aspecto da pesquisa científica e testes de produtos, o que culminou na geração de informações que eram utilizadas por ambos os movimentos.

Outro aspecto paradigmático para estes movimentos se refere à visão que tinham do consumidor. Os fundadores e ideólogos da *Consumers Research*, Chase e Schlink, por um lado, retratavam o consumidor como uma espécie de “Alice no País das Maravilhas”, criado pela propaganda e diferenciação dos produtos (Zald, *et al.*, 2000, p. 271):

Chase e Schlink definiram o consumidor enquanto um agente com agudo poder decisório sobre o melhor valor para o dinheiro, promoveram normas de eficiência, de racionalidade e análises científicas, e elogiaram os “*watchdogs*”<sup>78</sup> como testadores imparciais (Zald, *et al.*, 2000, p. 275).

Por outro lado, os adeptos e ideólogos da *Consumers Union*, tinham em mente uma conotação diferente para o consumidor, inserindo a questão política como elemento central da definição:

Chalet e seus aliados viram o consumidor como um trabalhador com capacidade para melhorar seu padrão de vida, promoveu normas de compra socialmente responsável e de equidade, e retratou os *watchdogs* como motores de mudança radical (*idem*).

Estes dois pontos de vista, tanto do consumidor enquanto um vigilante imparcial, ou como agente de mudança radical, representam a lógica das duas organizações no que se refere aos modelos alternativos de controle social da indústria e do comércio, sob a premissa de dois diferentes ideais de identidade (Zald *et al.*, 2000). Dito de outro modo, a contenda em torno de uma identidade coletiva do consumidor, delineou as fronteiras de cada forma organizacional.

Em suas linhas mais gerais, o ativismo inaugurado por Nader a partir dos anos 60 conjuga elementos destas duas fronteiras numa única forma organizacional. Autor de uma pesquisa acerca da segurança dos automóveis fabricados nos Estados Unidos, Nader, com uma produção teórica e ativismo influentes, liderou uma ampla campanha pelo reconhecimento dos direitos dos consumidores naquele país, logrando a aprovação

<sup>78</sup> Referindo-se aos indivíduos que se empenhavam na vigilância contra práticas abusivas do mercado.

das primeiras leis a esse respeito, além de ter alcançado que a indústria automobilística passasse a incluir pesquisas sobre itens de segurança nos automóveis (Lang e Gabriel, 2006; e Zald *et al.*, 2000, p. 266). Este modelo, com poucas variações, difundiu-se no mundo ocidental a partir dos anos 80 e inspirou a criação de organizações transnacionais, contribuindo para a disseminação de uma noção ampliada do consumerismo – o que, sem dúvida, facilita sua inserção na realidade de cada país.

## 2.2 – A morfologia do consumerismo: reflexões sobre o consumo ético e consumerismo

O termo *consumerismo*, um anglicismo presente em vários idiomas e que tem sido difundido como sinônimo de “movimentos” ou “associações de consumidores”, na realidade comporta uma significação mais abrangente, englobando dimensões e categorias como: consumo consciente; consumo sustentável; consumo ético; consumo responsável; organizações de consumidores; testes de produtos; e movimentos sociais (Harrison *et al.*, 2006). Este significado amplo pode, portanto, ser sintetizado na afirmação de que, na relação de consumo, a ação consumerista é propriamente aquela que, além de preço e qualidade dos produtos, acrescenta critérios adicionais a esta relação os quais influenciam a decisão de compra em termos éticos (*idem*).<sup>79</sup> O consumerismo, nessa visão ampliada, escapa ao mecanismo funcional da oferta e demanda, insurgindo-se contra o poder unilateral do mercado e inserindo uma ideia de direito do consumidor – a matriz que doutrina esses direitos é definida pela ONU em *Guidelines for Consumer Protection* (1985).<sup>80</sup>

Alguns autores, a partir de análises que remontam a Owen e, posteriormente, a Redfern,<sup>81</sup> afirmam que o consumerismo é o “*ismo*” que venceu, ou ainda, “*é uma força mobilizadora incrustada no coração da história social e política do século vinte*” (Hilton, 2003, p. 54). De um modo geral, o que é amplamente ressaltado por estes autores é o fato de que, mesmo constituindo uma força de valor equivalente a outros

<sup>79</sup> Os teóricos do *consumo ético* em geral defendem a necessidade de olharmos para os significados e motivações subjacentes à decisão de compra: “*Uma coisa que eles têm em comum [os “consumidores éticos”] é que geralmente estão de acordo com os efeitos que uma decisão de compra tem, não apenas para si mesmos, mas também para o mundo à sua volta*” (Harrison *et al.*, 2006, p. 2).

<sup>80</sup> Os princípios mais importantes desta Resolução são reproduzidos no Capítulo III do nosso Código de Defesa do Consumidor (“Dos direitos básicos do consumidor”) e pode ser resumido em: *segurança, educação, informação e proteção*. Cf., “*Guidelines for Consumer Protection*”. Disponível: <[http://www.mj.gov.br/dpdc/servicos/legislacao/resolucao\\_onu.htm](http://www.mj.gov.br/dpdc/servicos/legislacao/resolucao_onu.htm)> (acesso em 01/02/2009).

<sup>81</sup> Historiador dos movimentos de consumidores, ocupou-se essencialmente dos formatos de cooperativas de produção e consumo, é autor da obra “*The Consumer’s Place in Society*” (Redfern, 1920).



movimentos da sociedade no século XX, os movimentos de consumidores têm sido pouco analisados nessa perspectiva.

Numa caracterização deste fenômeno, Lang e Gabriel (2006) utilizam algumas categorias sociológicas para traçar um perfil do consumerismo no século XX. Analisam os potenciais e efeitos da ação coletiva, da organização / institucionalização, da noção de coletividade, da ideia de “consumidor ativo” como arquétipo de ator social, a inserção de valores no campo do consumo, e uma noção de causalidade associada à ação consumerista (2006, pp. 39 e seguintes). O salto qualitativo está na expressão de uma causa que não se limita à defesa de questões individuais. Para estes autores, o consumerismo se afirma como um modelo de ação coletiva na medida em que engloba integralmente preocupações: com justiça e equidade na relação de consumo; estrutura-se a partir de modelos organizacionais típicos; evoca uma noção de consumidor diferente daquela concebida pelo mercado;<sup>82</sup> insere valores ou critérios como saúde, segurança, e proteção ao meio ambiente; e guarda o forte idealismo de que somente com a ação dos consumidores é possível alcançar os efeitos almejados para a transformação das relações de consumo. Para tanto, as suas formas de manifestação são estrategicamente diversificadas:

- Estão diariamente presentes nos meios de comunicação (alguns veículos de mídia dedicam espaços diários ou semanais ao tema da defesa do consumidor);
- Publicam *reports* (relatam resultados de testes de produtos, recomendam a compra ou boicote de determinadas marcas, sugerem ações etc.);
- Promovem manifestações públicas (podendo, inclusive, se associar a outros movimentos na luta por causas mais amplas, tais como aquelas relacionadas às questões ambientais).

Com tal espectro de atividades, não deixa de ser surpreendente a ausência de reflexões mais elaboradas a respeito do fenômeno no âmbito das ciências sociais, e esta ausência é amplamente ressaltada por Lang e Gabriel (2006). Segundo eles, à parte a questão dos boicotes, a ausência ou escassez de boas análises é surpreendente por duas razões: primeiro, porque o consumerismo é efetivamente um esforço por reorientar o comportamento dos consumidores e; segundo, porque a própria história dos

---

<sup>82</sup> Os críticos apontam o aspecto do mercado que lida com uma visão do consumidor enquanto um alvo que pode ser manipulado. O consumerismo, ao contrário, para estes críticos, busca despertar outro papel para estes sujeitos, o papel de consumidor ativo ou, consumidor consciente (cf., a esse respeito: Harrison, 2006).

movimentos de consumidores exprime de forma muito clara uma direção e um sentido para este comportamento (Lang e Gabriel, 2006, p. 40).

Estes autores também elaboram um resumo da história do consumerismo, a partir da experiência inicial da Inglaterra, passando para a “onda” norte-americana e alcançando, no último período, as grandes organizações transnacionais. A periodização proposta por eles serve como um recurso analítico, visando demonstrar quais temas são fundamentais em cada período, bem como a forma como estes temas são hoje tratados por estes movimentos. Trata-se, portanto, de fases da história do consumerismo as quais tiveram o papel de construir uma linha para o discurso atual destas entidades ou, ainda, cada fase da periodização proposta contribui com um tema-chave para a ampliação do conceito, tal como o percebemos na atualidade.

O quadro a seguir foi elaborado com base nessa periodização proposta por Lang e Gabriel (2006):

QUADRO I – Ondas de consumerismo

<b>PERÍODO</b>	<b>PRIMEIRA ONDA</b>
<b>TEMA / CRITÉRIO</b>	<b>Características</b>
<b>Consumidores Cooperativos</b>	- A classe trabalhadora reage contra os preços excessivos e a má qualidade dos bens de consumo, em particular, dos alimentos (origina-se na Inglaterra).
Critério adicional: poder e força do consumidor	- Ainda no século XIX inicia-se a onda de cooperativas e sociedades de auxílio mútuo ( <i>Co-op Movements</i> ). - Teórico: Percy Redfern (1920).
	<b>SEGUNDA ONDA</b>
	<b>Características</b>
<b>Melhor valor para o dinheiro</b>	- Esta fase tem início ainda no século XIX, questionando os altos preços e baixa qualidade dos gêneros alimentícios (Estados Unidos).
Critério adicional: “Best buy”	- caracteriza-se, principalmente, pelo surgimento das primeiras organizações e movimentos de consumidores nos Estados Unidos: <i>Consumers League</i> (1891); <i>National Consumers League</i> (1898); <i>Consumers Research Inc</i> (1928). - A ênfase teórica buscava demonstrar que os consumidores unidos teriam maior possibilidade de sucesso.
	<b>TERCEIRA ONDA</b>
	<b>Características</b>
<b>Naderismo</b>	- Relacionada com o ativismo de Ralph Nader, jurista e militante norte-americano, que ficou conhecido no país com o bordão “ <i>to be citizen, not just consumers</i> ”, e também pelas sucessivas candidaturas independentes à Presidência dos EUA, sendo a mais recente em 2008.
Critério adicional: cidadania do consumidor	- O naderismo assume que o consumidor é relativamente vulnerável frente às grandes corporações. - As organizações de consumidores devem buscar um uso ótimo dos meios de comunicação.
	<b>QUARTA ONDA</b>
	<b>Características</b>
<b>Consumidores alternativos</b>	- na prática é nessa quarta onda, que se desenvolve a partir dos anos 80, que o tema do direito do consumidor ganha força no âmbito internacional; - há também a abertura do espaço para os temas do meio ambiente,

Critério adicional: o meio ambiente	consumo verde e do consumo ético; - o movimento mais influente foi, e tem sido, o do consumerismo verde; - estes movimentos assumem a tarefa de alertar e conscientizar acerca da necessidade do não comprometimento dos recursos disponíveis para as gerações futuras.
--	---

Elaboração do autor - Fonte: Lang e Gabriel, 2006, p. 42.

*Primeira Onda*: Redfern (1920), elabora os primeiros traços da história das cooperativas e destaca as experiências baseadas nas ideias de Robert Owen [1771-1858], considerado o pai do cooperativismo. Dentre tais experiências, analisa em profundidade a cooperativa criada em Rochdale, na Inglaterra.<sup>83</sup> O princípio deste movimento, extraordinariamente bem sucedido, tanto em termos ideológicos (posto que estava alinhado com o socialismo nascente) quanto nas alternativas mercantis que desenvolveu, foi marcado pela máxima: “*self-help by the people*” (Lang e Gabriel, 2006, p. 41). A defesa da cooperação, contra a competição, constituía a ideia central do projeto deste movimento, conforme afirmava Redfern:

Se nós mesmos, como consumidores, nos colocarmos no centro das relações de todas as economias do mundo, seremos como reis em seus reinos. Como produtores, teremos nossas próprias fábricas, fazendas ou minas... Se não somos reis, mas servos nas massas, é porque falhamos em agir juntos como consumidores e, então, em realizar nossa verdadeira posição e poder (Redfern, 1920, p. 12).

O movimento “*Co-op*” diversificou-se e rapidamente se expandiu pelo resto do mundo. Estima-se em aproximadamente 700 milhões de pessoas participando atualmente de algum tipo de movimento cooperativo, em mais de 100 países (Lang e Gabriel, 2006). Pela proximidade com a questão atual do consumerismo, o sistema de cooperativas mais significativo é aquele voltado para a concessão de crédito ou que desenvolve experiências de autogestão pautadas pelo enfrentamento da pobreza, como é o caso excepcional do *Grameen Bank*, em Bangladesh, levada a cabo pelo Nobel da Paz Muhammad Yunus (Peixoto, 2000).<sup>84</sup> No Brasil, e em outros países da América Latina, há experiências de alcance local (geralmente de bairros, ou pequenas comunidades) em que se pratica outra lógica de relação mercantil com uso alternativo de moedas sociais.

Mas é o caráter de oposição ao sistema de mercado vigente e o enfrentamento da sua lógica unilateral, que caracteriza o movimento cooperativo nos primórdios do consumerismo. De certo modo, os *Co-op Movements* tornam possível o consumerismo

<sup>83</sup> Fonte adicional: <[www.cooperativismopopular.ufjf.br/](http://www.cooperativismopopular.ufjf.br/)> (acesso em 02/05/2009).

<sup>84</sup> Jornal: *O Globo*, 11 de agosto de 2000.

ao bancar uma cultura de questionamento dos preços (Lang e Gabriel, 2006) e de equilíbrio na lógica da oferta e demanda.

*Segunda Onda:* Segundo Lang e Gabriel (2006), a *Consumers Union* (fundada no início dos anos 30, amplamente analisada por Zald [*et al.*, 2000]), e que conta atualmente com cerca quinhentos mil filiados, é a principal representante do setor consumerista, e cuja ação se dá também no campo da certificação e teste de produtos (é responsável pela publicação da *Consumer Reports* que, por trazer informações sobre testes de produtos, é utilizada inclusive nas propagandas dos fabricantes dos produtos “aprovados”, como uma forma de agregar valor ao produto testado). Este modelo está presente em vários países, principalmente aqueles que já possuem alguma legislação de defesa do consumidor. Abaixo um quadro-resumo com as principais publicações internacionais e número aproximado de assinantes:

QUADRO II – Publicações

<b>PUBLICAÇÃO</b>	<b>ENTIDADE / País</b>	<b>ASSINANTES / números aproximados</b>
<i>Consumer Reports</i>	<i>Consumers Union</i> / Estados Unidos	5 milhões
<i>Which?</i>	<i>The UK Consumers' Association</i> / Reino Unido	700.000 (em 1990, chegando a 1 milhão no início do ano 2000).
<i>Test Achats</i>	<i>Test Achats</i> / Bélgica	320.000
	Publicação similar a <i>Test Achats</i> / Espanha	230.000
<i>Deco Pro Teste</i>	Publicação similar a <i>Test Achats</i> / Portugal	380.000
	Publicação similar a <i>Test Achats</i> / Itália	350.000
<i>Revista Pro-Teste</i>	<i>Associação Proteste</i> / Brasil	200.000

Fonte: elaboração do autor, com base em Lang e Gabriel, 2006, p. 45.

Em geral o que caracteriza tais publicações e muitas outras, inclusive no Brasil (como a Revista “Pro-Teste”), é a preocupação em informar acerca de melhores opções de compra [*best buy*] e alertar sobre produtos que oferecem algum risco ou que não atendam integralmente o que prometem. As entidades responsáveis por tais publicações investem boa parte dos recursos na realização dos testes.

Ao contrário do movimento cooperativo, da primeira onda, esta segunda onda não está propondo nada mais do que melhorias que possibilitem ao mercado atuar com mais eficiência. Assim, as principais críticas dirigidas a esta segunda onda consumerista têm sido pela sua falha no envolvimento com as questões sociais, dirigindo-se preferencialmente à classe média em detrimento do acesso a essas informações pelas

classes pobres (Lang e Gabriel, 2006, p. 45).<sup>85</sup> Em outras palavras, esta onda consumerista se distancia dos princípios que fundaram os *Co-op Movements*, principalmente no que se refere ao questionamento que as cooperativas fazem das bases e funcionamento do mercado, e por sugerir soluções de cunho mais comunitárias e voltadas para o atendimento das necessidades consumptivas dos pobres. De qualquer forma, não se pode negar o impacto dessa onda na atenção que algumas empresas passaram a dispensar às questões de segurança, qualidade e eficácia – associe-se a isso o rápido desenvolvimento dos Serviços de Atendimento ao Consumidor (SACs) que, no Brasil, tornou-se obrigatório para aquelas empresas que atuam em áreas controladas por agências reguladoras.

*Terceira Onda:* há uma mudança substancial no que se refere ao posicionamento em relação ao capitalismo. A primeira onda tratava-o como um mal a ser superado através das relações comunitárias, a segunda onda entendia que o seu papel seria prover informações para o consumidor, habilitando-o a fazer escolhas com mais segurança e confiança. A terceira onda, o Naderismo, vê o capitalismo como alguma coisa aceitável, contudo, os consumidores precisam ficar alerta e trabalhar duro para prevenir seus excessos (Lang e Gabriel, 2006, p. 47).

Os temas mais persistentes nesta onda são o direito à informação e a cidadania do consumidor, ou ainda, o direito de acessar toda e qualquer informação referente ao produto que deseja adquirir para que se possa alcançar uma escolha responsável social e economicamente (Lang e Gabriel, 2006, p. 47-48). Este modelo naderista difundiu-se pelo mundo principalmente pela sua preocupação em organizar os consumidores desde as bases populares. Além disso, o modelo de organização proposto, que supõe tanto as ações de pressão quanto os comícios (além de estrutura organizacional que permita lidar com recursos operacionais de grande impacto), a partir dos anos 90 passou a incorporar também parte do discurso ambientalista preocupado com os impactos do consumo sobre o meio ambiente.

A participação de Ralph Nader na fundação da *Consumers International* (1960), autodefinida como a ONU do movimento consumerista – com cerca de 250 associações

---

<sup>85</sup> A exposição de Lang e Gabriel (2006) sugere que a *Consumers Union*, mencionada por Zald (*et al.*, 2000) como uma organização que surgiu com um perfil político, teria transformado substancialmente o seu enfoque. Na atualidade, um dos principais veículos da CU é a sua publicação *Consumers Report*, enquanto a anterior (*Consumers Research*) não é mais publicada com a finalidade que lhe deu origem (fonte: <<http://www.consumersunion.org/>> -- acesso em 16 de junho de 2009).

filiadas, oriundas de 115 países (*Consumers International*, 2004)<sup>86</sup> – confere ao seu modelo uma credibilidade e alcance maior do que o espaço crítico ocupado pelas publicações da segunda onda. Entretanto, não se trata de formas de ação divergentes, ao contrário, as publicações, testes de produtos e etc., são parte do rol de atividades desenvolvidas por essa imensa rede que engloba temas como: ambientalismo, alterglobalização, consumo ético, consumo sustentável etc., tal como é preconizado na missão daquela entidade:

Os membros da *Consumers International* acreditam que, desenvolvendo e protegendo os direitos dos consumidores e sua consciência de suas responsabilidades, estão contribuindo para a erradicação da pobreza, a disseminação da boa governança e da justiça social, promovendo o respeito aos direitos humanos, incentivando economias de mercado mais justas e a proteção do meio ambiente (*Consumers International*, 2004).

*Quarta Onda*: as preocupações com a questão ambiental passam a ocupar parte do discurso dos movimentos consumeristas que, junto com o movimento ambientalista, defendem formas de consumo que diminuam o impacto da ação humana sobre a natureza. Surgem, assim, os conceitos de consumidor verde e de consumo verde. Segundo Lang e Gabriel (2006), os consumidores verdes podem contribuir para proteger o meio ambiente de várias maneiras, como, por exemplo, substituindo a compra de produtos considerados ecologicamente danosos por produtos com certificação de “respeito ao meio ambiente”. Neste período têm início as primeiras ações voltadas para a defesa da reciclagem e da reutilização (Lang e Gabriel, 2006, p. 49).

A campanha mais conhecida e que marcou a expansão destes movimentos pelo mundo, tendo se originado na Europa, diz respeito à luta contra o uso do cloro-flúor-carbono (CFC) em produtos como desodorantes, gás de geladeiras e inseticidas domésticos (Cairncross, 1991, p. 153).<sup>87</sup> Nesta campanha, temos também um primeiro exemplo da tendência de ações articuladas entre movimentos de consumidores e movimentos ambientalistas e, com a incorporação de conceitos técnicos, estes movimentos popularizam um tema até então adstrito ao ambiente científico: o efeito-estufa.

---

<sup>86</sup> Disponível em: <<http://www.consumersinternational.org>> -- consulta em várias datas, sendo a mais recente, em 15/06/2009. Esta entidade (CI) foi presidida pela brasileira Marilena Lazzarini (2003-2007).

<sup>87</sup> Citado por Lang e Gabriel, 2006, p. 49.

As campanhas não se dirigem para um discurso de proibição do consumo. Em vez disso, a mensagem “*consume com cuidado*” é proclamada mais do que “*consume menos*” (Lang e Gabriel, 2006). Este quarto momento conjuga as experiências de ação das três fases anteriores e, em geral, os movimentos se percebem e se autodefinem como movimentos pelo consumo responsável.

As principais ações atuais têm dentre seus objetivos:

1 – incentivar a criação de cooperativas de consumidores, voltadas para a venda de produtos de consumo geral (material de limpeza e higiene, alimentos, hortifrutigranjeiros etc.), com marca própria e com um nível de qualidade capaz de competir com os produtos de marcas mais conhecidas. Conforme a Rede Nacional de Consumo Responsável, as cooperativas de consumidores são uma alternativa ao comércio tradicional: *Em regime de associações são criadas para defender os interesses e direitos dos consumidores seus clientes (sócios), e preservar o ambiente* (RNCR, 2009);<sup>88</sup>

2 – promover amplas campanhas e divulgação de material informativo, inclusive com a produção de material didático para uso nas escolas de ensino básico. Amplia-se também a divulgação de pesquisas e estudos comparativos acerca dos impactos ambientais dos hábitos de consumo da sociedade atual, adotando, com frequência, a citação do ciclo de vida de produtos residuais ou descartados como, sacolas plásticas, pneus, garrafas e etc. Além disso, há a promoção de campanhas de impacto, como o “Dia Mundial sem Automóvel”;<sup>89</sup>

3 – inserir o tema da cidadania, tratando-a enquanto uma atitude consciente voltada para a escolha adequada de produtos não-prejudiciais e para uma postura diferenciada e responsável no ato da compra. O diferencial deste aspecto é, conforme Portilho (2003), a ruptura do eixo temático baseado numa vaga ideia de “consumidor verde” para, com a inserção do tema da cidadania, traçar novas implicações políticas e sociais relacionadas aos hábitos de consumo. Ocorre uma mudança de rumo – que, em termos teóricos, vai da limitada soberania do consumidor (Bauman, 2008, p. 30), à cidadania do consumidor (Canclini, 1995; Portilho, 2003).

---

<sup>88</sup> RNCR, 2009. “Dimensão Ética do Consumo” – Documento eletrônico, disponível em: <[www.consumoresponsavel.com/wp-content/rncr\\_fichas/RNCR\\_Ficha\\_D2.pdf](http://www.consumoresponsavel.com/wp-content/rncr_fichas/RNCR_Ficha_D2.pdf)> /> acesso em 10/06/2009.

<sup>89</sup> Segundo a *World Wildlife Fund* do Brasil (WWF-Brasil), o movimento teve início em algumas cidades da Europa, durante a crise do petróleo na década de 70. Conhecida lá fora como *World Carfree Day*, a data, 22/09, foi oficialmente instituída em 2000 e chegou ao Brasil em 2001. Fonte: <[www.wwf.org.br](http://www.wwf.org.br)>, acesso em 01 de junho de 2009.

Os movimentos consumeristas na atualidade, associados com o movimento ambientalista, ao atuarem na defesa da prática do consumo consciente, abrem um novo espaço de ação com a força de um apelo ético, que pode ser entendido, este apelo, no horizonte de uma ética da responsabilidade (Newholm *et al.*, 2006, p. 21).

Embora o comportamento individual seja determinante, e é este comportamento que define propriamente o consumo, as observações do consumerismo na história recente têm demonstrado que este não se refere simplesmente às ações espontâneas de consumidores individuais. Como afirma Harrison (2006, p. 55), o consumerismo é um fenômeno deliberadamente dirigido por grupos de pressão, em outras palavras: “*o comportamento de consumo ético, em muitos casos, é uma forma de ação coletiva*” (Harrison, 2006, p. 55).

Este espectro conceitual aqui desenvolvido pode nos auxiliar na compreensão do fenômeno em sua realidade empírica, uma vez que, como movimentos de política reativa, os movimentos de consumidores expressam paralelismos e sincronias com outras formas de ação coletiva, além de terem alcançado uma definição bastante abrangente do problema da relação de consumo. Neste sentido, e para entendermos o caso brasileiro, cabe-nos investigar elementos da história e do discurso deste fenômeno no Brasil tendo em vista o nosso interesse em apontarmos as proximidades com o consumerismo internacional, bem como a forma peculiar aqui desenvolvida.



## CAPÍTULO II

### SEGUNDA PARTE

#### **O consumerismo no Brasil e a luta pelos direitos dos consumidores como direito à proteção**

*“Queremos carne sem osso e farinha sem caroço”<sup>90</sup>*

Nesta segunda parte, pretendemos explicitar mais detidamente a trajetória do fenômeno consumerista no Brasil. Para isso, analisaremos alguns marcos históricos que nos permitirão identificar o grau de influência desses movimentos na definição da Política Nacional de Consumo – entendendo ser esta *política* o conjunto de ações institucionais que organizam a representação dos diversos segmentos, divulga e faz valer os vários princípios da legislação, além de promover e incentivar a formação de associações de consumidores.

Como recorte histórico para as análises posteriores, utilizamos as décadas de 1980-90, tendo em vista ser este o período de maior impacto da ação dos movimentos de consumidores e por ser um período que coincide com três acontecimentos de grande relevância na vida política e social: a transição democrática; a Assembleia Nacional Constituinte; e a aprovação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor (CDC) em 1990.<sup>91</sup>

Destacamos, nesta segunda parte, que o principal movimento de consumidores ocorrido nos anos 70 (o Movimento do Custo de Vida), junto com o surgimento das primeiras organizações autodenominadas de “defesa do consumidor”, contribuem decisivamente para a formação do perfil dos movimentos consumeristas que vamos observar a partir dos anos 80. Por conseguinte, tendo em vista a contribuição para nossa

---

<sup>90</sup> Lema do protesto contra a alta dos gêneros alimentícios, ocorrido em 1858 na cidade de Salvador – BA, conforme registro de Gohn (2003, p. 44).

<sup>91</sup> Doravante citaremos as variantes também usuais: Código do Consumidor, Lei 8078/90, ou, simplesmente, CDC.

análise da presença do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais (MDC/MG) nas principais ações que desencadearam a aprovação da Lei 8078/90, adotaremos duas perspectivas:

1) A primeira diz respeito a uma breve análise das origens do fenômeno no Brasil, considerando que os principais movimentos com essa temática, e que sobreviveram até o final dos anos 70, rapidamente se dissolveram ao se vincularem a partidos políticos principalmente de esquerda – dado que passam a adaptar seu discurso ao contexto daqueles partidos que se pronunciavam em nome de uma “causa do Povo” (Doimo, 1997, p. 99). Nos anos 80, os movimentos que surgem trazem uma nova marca, não apenas as ações tópicas contra a carestia e o custo de vida (comícios, passeatas etc.), mas a perspectiva de ação permanente pela conquista e defesa de direitos não conhecidos até pouco tempo (direitos de natureza difusa, de solidariedade, ou de terceira geração<sup>92</sup>) e a institucionalização das entidades de defesa dos consumidores;

2) A segunda perspectiva, que deriva imediatamente dessa primeira, refere-se à análise dos passos seguintes após a aprovação do Código do Consumidor, isto é, à forma como governo e sociedade se articularam para garantir a efetividade da legislação recém-aprovada. Nesta segunda fase, multiplicam-se as organizações e associações civis de defesa dos direitos dos consumidores o que, em grande medida, é resultante da própria Política Nacional de Consumo, cujo marco legal é a Lei 8078/90 que, além da criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC),<sup>93</sup> prevê uma política de incentivos para que a sociedade civil organize associações de consumidores uma vez que estas, junto com os órgãos governamentais (federais, estaduais e municipais), são integrantes do SNDC.

O Código do Consumidor confere a estas associações civis *status* jurídico que permite que as mesmas possam representar os consumidores, inclusive na celebração de Convenções Coletivas de Consumo, um tipo de acordo entre as partes, que visa disciplinar práticas de setores ou atividades afins em relação aos interesses dos consumidores, como supermercados, produtores, fabricantes e etc.

---

<sup>92</sup> Para a compreensão dos direitos difusos como uma derivação dos direitos de terceira geração, conforme a tipologia clássica iniciada por Marshall [1949], Medauar (1997, p. 169) afirma que: “*Muitos direitos de terceira geração arrolados na doutrina vêm sendo tratados no ordenamento brasileiro sob o enfoque dos direitos difusos*” [em que] “*a satisfação de um interessando implica necessariamente a satisfação de toda a coletividade*”.

<sup>93</sup> CDC, Art. 105 – que só veio a ser regulamentado em 1997, com o Decreto 2181/97.

De início, se faz necessária uma distinção entre uma nuvem difusa de nomenclaturas e tipologias que se referem às entidades de defesa dos consumidores. Atualmente, estas entidades são tratadas sob duas perspectivas: públicas, aquelas ligadas de alguma forma à gestão governamental; ou civis, aquelas que são formadas por setores da sociedade civil.

No caso das entidades públicas temos:

1) Agências Governamentais (que regulam diversos setores, principalmente dos serviços ou concessões públicas, tais como, saúde, energia, águas, telefonia, economia, aviação civil);

2) órgãos específicos de defesa dos consumidores (representados principalmente pelos Procons).

E, no caso das entidades civis, podemos dividi-las em:

3) associações e movimentos de consumidores (que, de certa forma, lidam com a defesa dos consumidores em quaisquer assuntos da relação de consumo – realizam campanhas públicas, protestos, passeatas, fiscalizações e etc.);

4) institutos de defesa dos consumidores (que geralmente, além da defesa do consumidor, se dedicam a pesquisas de caráter técnico-científico, testes de produtos etc., além de produzirem publicações informativas);

5) associações com finalidades muito específicas, tais como, atuar na defesa de consumidores com problemas relativos a crédito, habitação, atingidos por atrasos aéreos, vítimas da publicidade enganosa etc.

O Fórum Nacional das Entidades Civis de Defesa do Consumidor (FNECDC), em uma pesquisa de maio de 2004, registrava que a maior concentração de entidades civis de defesa do consumidor estava na região Sul (15 entidades), seguida pela região Nordeste (com 10), Sudeste (8 entidades), Norte (4 entidades) e Centro-Oeste (com 2 entidades). Dessas 39 entidades, a pesquisa apontou que: 17 eram associações específicas (consociados ou usuários do sistema financeiro, de planos de saúde etc); 12 eram Associações de Defesa do Consumidor; e 10 eram Associações de Donas de Casa. Outro registro importante da pesquisa é que, 79% dessas entidades promoviam campanhas públicas (incluindo passeatas, protestos, fiscalização etc.) e 21% não promoviam.

Esse registro do FNECDC nos auxilia na caracterização do fenômeno consumerista, primeiro, como uma trama de entidades, organizações e associações e, segundo, diante desse quadro, tal como ocorre em outros países, podemos mais

claramente isolar aquelas entidades que efetivamente atuaram e atuam como movimentos sociais. Além disso, é também relevante o fato de que, dessas entidades pesquisadas, 63% tinham menos de onze anos em 2004, ou seja, surgiram no contexto da nova legislação.<sup>94</sup>

### *2.3 - Mapeando as origens e o campo do conflito*

Os movimentos de consumidores no Brasil, podem ser entendidos a partir de um conjunto de fatores sociais e políticos que os põem em sintonia com o panorama do qual emergiram vários outros movimentos sociais, principalmente a partir das práticas de associativismo civil que vieram a se tornar mais evidentes a partir dos anos 70. Quando as possibilidades de participação se ampliaram nos anos 80, os movimentos consumeristas revitalizaram seu discurso visando se adequar às oportunidades políticas que se apresentavam, principalmente pela via da universalização e da garantia de novos direitos que, no caso do consumidor, se referia à institucionalização de medidas protetivas que garantissem equidade nas relações de consumo. Aquela década, em termos econômicos, foi chamada de “a década perdida”, porém, em termos político-sociais, foi um período de importância crucial para a definição dos rumos do País:

A década de 80 foi extremamente rica do ponto de vista das experiências político-sociais. A luta pelas Diretas-Já em 1984 e pela implantação de um calendário político que trouxesse de volta as eleições para a Presidência do país, a luta pela redução do mandato presidencial, o processo Constituinte, o surgimento das Centrais Sindicais (CONCLAT, CGT, CUT, USIS, FORÇA SINDICAL), a criação de entidades organizativas amplas do movimento popular (ANAMPOS, CONAM, PRÓ-CENTRAL), o surgimento de inúmeros movimentos sociais em todo o território nacional, abrangendo diversas e diferentes temáticas e problemáticas [...] todos, em seu conjunto, revelavam a face de sujeitos até então ocultos ou com as vozes sufocadas nas últimas décadas (Gohn, 2003, p. 126).

Dentre a diversidade de temas e problemáticas citadas acima por Gohn (2003), podemos pinçar dois fatores que contribuem para impulsionar e dinamizar a ação

---

<sup>94</sup> Fonte: “Perfil e Atuação das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor no Brasil”. In.: <<http://www.forumdoconsumidor.org.br>> – consulta realizada em 15 de janeiro de 2009 (citado nas fontes deste trabalho como FNECDC DOC 1, 2004).

coletiva naquele período: 1) a luta pela redemocratização e; 2) a ampliação da presença nos meios de comunicação. Ou seja, uma identidade e uma estratégia – quase todos os movimentos constroem-se ou se reorganizam orientados pela mobilização de indivíduos que, muito mais do que lutar por causas individuais, lutam pelo direito de todos poderem tomar parte nas decisões do país, e o fazem com a decisiva ocupação de espaços na mídia.

No primeiro caso, os movimentos sociais foram protagonistas importantes não só no processo de transição democrática, mas, principalmente, conforme afirma Costa (1997, p. 121), na configuração de uma sociedade civil pluralista e heterogênea capaz de influenciar, desde as decisões locais a, atuando em diversas redes e fóruns, lançar luzes sobre a Assembleia Nacional Constituinte – embora não tendo garantido vitórias em todos os setores, há ganhos expressivos na Carta de 88 e que podem ser diretamente atribuídos às ações dos movimentos sociais.

No outro caso, a presença na mídia, além de contribuir para dissolver a imagem negativa que os opositores difundiam a respeito das ações diretas,<sup>95</sup> essa presença disseminou novas formas de ação, tornando o protesto um importante instrumento de luta e empoderamento – e isso foi alcançado, em larga medida, pela disputa de opinião, ao levar a público a necessidade de incorporação dos novos temas nas agendas políticas, bem como a disseminação das formas de mobilização.

Dessa forma, podemos afirmar que o fenômeno consumerista encontrou em nosso país um modo particular e único de atuação: a integração da agenda específica da defesa do consumidor com a agenda ampliada de luta pela redemocratização, tal como ocorreu com muitos outros movimentos sociais.

Visando aprofundar esta imagem, na próxima seção traçamos um breve relato de alguns eventos ocorridos desde o século XIX e que podem ser entendidos como matrizes dos movimentos atuais, tanto por terem inaugurado o tema do consumidor, quanto pelo caráter de chamamento à mobilização e participação coletiva. Ressaltamos, com isso, a importância de um processo político que se configurou ao longo destes anos e que permitiu chegarmos a um modelo associativo semelhante a outros movimentos sociais que, em sua história, chegaram ao fim do século passado renovados diante do quadro de oportunidades políticas que puderam dispor, bem como pelas oportunidades que criaram.

---

<sup>95</sup> Período em que os atores coletivos eram pejorativamente tratados como “baderneiros”, “agitadores”, “comunistas”, “terroristas”, e que punham em risco a estabilidade do Estado.

### 2.3.1 – *Os primeiros passos: pesos e medidas, carestia e fome*

Um breve – porém importante – registro histórico dos movimentos sociais no Brasil nos é fornecido por Gohn (2003).<sup>96</sup> Dentre tais movimentos, figuram ações coletivas que podem ser caracterizadas como movimentos de consumidores, ou ações consumeristas, desde o século XIX. Com base naquilo que é apresentado pela autora, optamos por periodizar a evolução do consumerismo brasileiro até o fim dos anos 60 da seguinte forma:

1) Primeira Fase: *Revoltas contra o sistema de pesos e medidas* e primeiros protestos contra a alta de preços (ainda no século XIX). No caso dos pesos e medidas, até 1862 não havia um padrão adotado nacionalmente, o que veio a ser “corrigido”, não sem conflitos e protestos, com a adoção do sistema métrico-decimal francês, através da Lei Imperial 1.157/1862 (Lima, DOC. 1 SM, 2006):

Foi no século XIX que a preocupação com a questão do ato de medir se tornou latente no Brasil, em função do aumento da atividade comercial e da entrada do Brasil no quadro internacional. As dificuldades em organizar o sistema de pesos e medidas no país eram muitas, como a falta: de instrumentos de medição, de fiscalização, de pessoas habilitadas para fazerem as aferições ou do próprio regimento de medição. Todos esses motivos e a variedade dos padrões utilizados contribuía ainda mais para a corrupção no momento da aferição... Uma Comissão composta por Antonio Gonçalves Dias, Giacomo Raja Gabaglia e Guilherme Schuch de Capanema que apenas ia buscar instrumentos para uma viagem científica no interior do Ceará, acabou por participar da Exposição Universal de Paris de 1855, tomando contato com o sistema métrico francês e iniciando as conversas para adoção desse sistema no Brasil, que realmente acabou acontecendo em 1862. Assim em 26 de junho de 1862 foi decretada a Lei nº 1.157 (Lima, DOC. 1 SM, 2006).

Enfrentar essa ausência de um sistema de medidas unificado constituía um desafio, dado que as medidas regionais, principalmente as medidas agrárias, com características culturais locais, se mostravam eficientes também como forma de enfrentamento do poder do Imperador, especialmente no que se referia à cobrança de tributos. Um Deputado daquele período, Gomes Souza, admitia que:

*Todo mundo sabe, e o Sr. Ministro da fazenda acaba de o provar, que medidas desta ordem encontram dificuldades extraordinárias no seio da*

<sup>96</sup> Não obstante o alerta da autora de que o relato que apresenta é ainda uma exposição preliminar (Gohn, 2003, p. 16), entendemos a utilidade da organização temática do assunto, não centrado numa definição particular de movimento social.

população, porque exigem que se desarraiguem antigos hábitos contrahidos (sic) desde a infância (Lima, DOC. 1 SM, 2006).

O quadro a seguir apresenta alguns destes movimentos e sinaliza esta característica de contrariedade da população com a padronização das medidas:

QUADRO III – Os movimentos de consumidores no século XIX /primeira fase

Ano	Movimento	Local	Caracterização / Definições
1851	“Revolta de Ibicaba”	Fazenda Ibicaba, de propriedade do Senador Vergueiro, em Cordeirópolis / SP.	Revolta de colonos no interior do Estado de São Paulo, contra o sistema de parcerias na produção do café, contra os pesos e as medidas utilizadas: “ <i>Os colonos reclamavam que as mercadorias de que necessitavam lhes eram vendidas mais caras do que valiam</i> ” (Gohn, 2003, p. 43).
1858	“Protesto Contra a Alta de Gêneros Alimentícios”	Salvador / BA	Trata-se de um protesto de curta duração e espontâneo, porém muito significativo, expresso no lema “ <i>Queremos carne sem osso e farinha sem caroço</i> ”.
1873	“Movimento Quebra-Quilos”	Paraíba, Rio Grande do Norte e Alagoas	Foi o movimento mais expressivo do período, o que pode ser percebido pela sua expansão, tendo se iniciado no interior da Paraíba. O estopim do movimento foi a revolta contra a adoção do sistema métrico-decimal (que havia cumprido a carência de dez anos para implantação), “ <i>em substituição às antigas medidas lineares – a vara, o côvado e a jarda – e às medidas de volume – a onça, a libra e os arretéis. Os líquidos eram medidos às canadas e aos quartilhos, e os grãos e as farinhas em selamins, quartas e alqueires</i> ” (Gohn, 2003, p. 47). A principal tática era a invasão de casas comerciais e a quebra dos novos instrumentos de medida (em grande parte, importados da França). “ <i>O movimento teve grande participação popular e significou algo mais profundo do que a simples rejeição de um novo padrão de medição das relações comerciais: significou a revolta contra os intermediários, os comerciantes que dilapidavam os pequenos produtores, principalmente rurais, já que a produção artesanal urbana era mínima</i> ” (Gohn, idem).
1879	“Protesto Popular Contra o Preço dos Bondes”	Rio de Janeiro	Populares tentaram entregar ao imperador um manifesto contra o preço das tarifas dos <i>Bondes</i> , mas não foram recebidos pelo imperador.
1880	“Revolta do Vintém”	Rio de Janeiro	Movimento contra a transferência de impostos que incidiam sobre o sistema de transportes coletivos para o valor das passagens: “ <i>Um contingente de 4.000 pessoas participou de uma passeata que objetivava entregar ao imperador um memorial pedindo a revogação do novo tributo. A guarda imperial impediu que as lideranças falassem com o imperador. Este fato foi a gota d’água para o início de uma série de quebra-quebras de linhas e de bondes</i> ” (Gohn, 2003, p. 54).

Fonte: elaboração do autor, com base em Gohn (2003, pp. 39-59).

2) Segunda fase: *a Carestia de vida*. Século XX – aumento da urbanização, proliferação das sociedades de auxílio mútuo (“classistas” e setoriais) que, dentre suas atividades, também subsidiavam o consumo através da concessão de empréstimos aos associados, ou da oferta de facilidades e descontos em determinados segmentos do comércio (a exemplo da Associação Auxiliadora dos Carpinteiros, Pedreiros e demais Classes, criada em 1901, e da Sociedade Beneficente dos Homens de Cor, criada em 1906).<sup>97</sup> Abaixo, um quadro com os principais movimentos do período:

QUADRO IV – Os movimentos de consumidores no século XX / segunda fase

Ano	Movimento	Local	Caracterização / definições
1911	“Greve de Pedreiros e agregados”	São Paulo	Manifestações contra a elevação dos preços dos aluguéis e contra o aumento dos preços dos gêneros alimentícios. Segundo Gohn (2003, p. 71), este movimento ficou conhecido também como “greve dos consumidores”.
1913	“Comícios Contra a Carestia”	Rio de Janeiro	Ações contra a carestia da vida, ocorridas entre fevereiro e março de 1913. O jornal “A República” repercutiu a sequência dos acontecimentos da seguinte forma: 1) “Teve lugar ontem às 8 1/2 horas da noite, na sede do Centro Cosmopolita, à Rua do Senado n. 215, o primeiro comício popular organizado pelo ‘Comitê de Agitação Contra a Carestia da Vida’ para protestar contra o encarecimento da vida nesta capital. A esse ‘meeting’ compareceu extraordinário número de operários, comissões de associações trabalhadoras, além de regular elemento popular” (Jornal “A República”, 21 de fevereiro de 1913 / DOC 2 REPORT). 2) “Continua a agitação em torno deste problema, aguardando o povo as providências que o governo está tomando para tornar mais fácil a vida entre nós. Hoje, realiza-se mais um comício, às 5 horas da tarde, na praça da República, em frente ao quartel general” (Jornal “A República”, 4 de março de 1913). 3) “Esse comício foi extraordinariamente concorrido, sendo digna de registro a ordem que ele presidiu; que se deveu não só à exortação (sic) dirigida à multidão pelo delegado do 3o distrito dr. Muniz de Aragão, como também aos interesses dos representantes das associações operárias empenhadas em conservarem-se, para melhor êxito da causa que defendem, dentro da ordem e do respeito às autoridades constituídas” (Jornal “A República”, 5 de março de 1913).
1913	“Movimento Contra a Carestia da Vida”	Várias cidades brasileiras	Faz parte do movimento anterior, e teve sua maior expressão na cidade do Rio de Janeiro, onde ocorreram várias passeatas Gohn (2003, p. 72).
1914	“Atos Contra o Desemprego e a Carestia”	Rio de Janeiro e São Paulo	Movimento ocorrido na ocasião das comemorações do Dia do Trabalho e que implicou em saques a casas comerciais e, em São Paulo, organizou-se o Comitê Proletário de Defesa Popular para lutar contra a Carestia.

Fonte: elaboração do autor, com base em Gohn (2003, pp. 59-81) e DOC 2 REPORT.

<sup>97</sup> Seguindo o modelo das *Coop Movements*, analisados por Redfern (1920) e Lang e Gabriel (2006).



Gohn (2003) não registra a ocorrência de movimentos de consumidores no período de 1930 até a queda do Estado Novo (em 1945), excetuando-se a Marcha da Fome (1931), organizada pelo Partido Comunista do Brasil que, possivelmente, teria no seu discurso elementos da luta contra a carestia da vida, dado que este tema já estava fortemente consolidado como um tema de alcance popular por estar associado com a questão dos preços dos gêneros de primeira necessidade. Outro aspecto a ser ressaltado é que este tema da fome passa também a fazer parte do vocabulário político, principalmente daqueles que criticavam o governo.

3) Terceira fase: *O foco nos comerciantes, no governo e na classe trabalhadora*. O comportamento dos movimentos de consumidores neste período (1945-64) pode ser descrito como ocorrendo em função de uma mudança no rumo das críticas, o problema da carestia, antes focado apenas no governo, passa a ser dirigido também para a denúncia de comerciantes com práticas desleais. É um período no qual começa a se expandir a ação do movimento sindical junto aos movimentos de consumidores. Outra característica, que muito auxiliou na disseminação de informações foi, segundo Gohn (2003), a consolidação do rádio como o principal veículo de comunicação daquele período, dado o alcance e credibilidade que representava:

QUADRO V – Os movimentos de consumidores no século XX / terceira fase.

Ano	Movimento	Local	Caracterização / definições
1951-1953	“Passeatas da Panela Vazia”	Rio de Janeiro e São Paulo	Ações desencadeadas pelo Movimento Contra a Carestia de Vida que, naquele período, já se apresentava como importante organizador das massas urbanas (Gohn, 2003, p. 95 – a autora cita a participação de cerca de 500 mil pessoas nos eventos ocorridos nas duas capitais).
1953	“Movimento Contra a Carestia de Vida”	Em várias regiões do Brasil	Apesar da existência anterior de movimentos homônimos, Gohn (2003) ressalta o fato de que este movimento “ <i>surgiu a partir das comissões com o mesmo nome, criadas no Rio e em São Paulo desde 1951, organizadoras das Passeatas da Panela Vazia, em 1953</i> ”.
1954	“Greve Contra a Carestia”.	São Paulo	Ato promovido pela entidade intersindical: Pacto da Unidade Inter-Sindical.
1956	“Quebra-Quebra de bondes”	Rio de Janeiro	Movimento de estudantes contra o aumento das passagens dos bondes.
1959	“Greve Geral Contra a Carestia”	São Paulo	Movimento organizado por vários sindicatos paulistas que também evocavam o direito ao 13º. Salário, assunto discutido desde os anos 40.
1963	“Dia Nacional de Protesto Contra a Carestia”	Em várias partes do Brasil.	Na realidade este movimento consolida a tendência que já vinha se desenhando desde 1913 e que, frente a cada crise, insurgia-se contra o governo. A associação do tema da carestia com a questão da pobreza e, em seguida, com a

			questão trabalhista, favoreceu a que alguns sindicatos assumissem a linha de frente nas mobilizações.
--	--	--	---

Fonte: elaboração do autor, com base em Gohn (2003, pp. 90-103).

Este último quadro evidencia a centralidade do tema “carestia” na ação dos movimentos de consumidores. Contudo, ainda está ausente uma concepção de direitos dos consumidores, o teor das críticas é ainda político e pouco propositivo. Diante disso, o quadro também demonstra uma certa capilaridade do tema que, por afetar mais imediatamente as classes menos favorecidas, torna-se um dos temas da ação sindical naquele período. Outra observação pertinente é que os movimentos retratados até este período têm um caráter não-institucional e são, quase todos, registrados como manifestações públicas.

### 2.3.2 – *A ação consumerista a partir dos anos 70: novos temas, novo foco*

A década de 70 pode ser considerada como um marco importante para a configuração atual do consumerismo no Brasil, especialmente pela forma como algumas entidades acolheram os movimentos contra a carestia, dentre elas, a Igreja Católica. Estes movimentos tiveram auxílio para o desenvolvimento do aspecto organizativo e para a disseminação do seu discurso, o que se deu em grande medida pela atuação das mulheres em várias frentes e movimentos sociais, incluindo a constante presença nas ações contra a carestia.

Três movimentos podem ser aqui destacados como representativos do período por terem contribuído para o surgimento de uma nova imagem do consumidor, e fazendo com que as ações consumeristas adquirissem um novo sentido:

1) O *Movimento Contra a Carestia de Vida* (existindo desde 1913 e desfazendo-se na década de 70 – ou fundindo-se com o movimento do Custo de Vida) e sobre o qual a comunista Olga Maranhão, em pronunciamento no IV Congresso do Partido Comunista Brasileiro (PCB), em novembro de 1954, ressalta a participação feminina,

*O trabalho feminino de massas consistia, fundamentalmente, em mobilizar milhares de mulheres para as campanhas contra a carestia de vida, ora*

adquirindo gêneros e tecidos populares, para revenda às associadas, ora desmascarando os sonegadores dos produtos de primeira necessidade. Este trabalho, embora importante, não tinha como objetivo ganhar as massas femininas para lutas mais altas e consequentes, para as lutas decisivas pela paz, pelas liberdades democráticas e pela independência nacional”.<sup>98</sup>

2) O *Movimento do Custo de Vida* (criado em 1972). Kauchakje (2002), citando a emergência de movimentos sociais desvinculados das relações clientelísticas comuns no período, menciona que,

Tais movimentos foram organizados em torno, principalmente, da ala progressista da Igreja Católica (ligada à Teologia da Libertação e atuando nas Comunidades Eclesiais de Base – CEBS). Dentre eles destacamos o Movimento do Custo de Vida (MCV, mudando, depois, para MCC – Movimento Contra a Carestia), iniciado em 1972 e cujo pico mobilizador foi em 1978 (Kauchakje, 2002, pp. 99-100).

3) E os *Movimentos de Mulheres* (especialmente aqueles organizados a partir das Comunidades Eclesiais de Base). Miranda (*et al.*, 1987) analisa os principais movimentos de mulheres em Minas Gerais, desde 1975, e afirma que,

Na chamada década da mulher, também as mineiras se engajaram plenamente no movimento internacional pela emancipação da mulher, ampliando consideravelmente seus espaços de participação. O ano de 1975, estabelecido pela ONU como Ano Internacional da Mulher, teve especial significação para os movimentos em Minas Gerais. Nessa época foram dados os passos mais significativos nessa direção (Miranda, *et al.*, 1987, p. 169).

Estes movimentos de mulheres foram responsáveis pela organização de vários eventos na cidade de Belo Horizonte (seminários, círculos de debates etc.) e, em quase todos, havia o apoio da Igreja Católica ou do movimento estudantil. Além disso, nos três movimentos citados, há a atuação predominante das mulheres.

Quando o Movimento do Custo de Vida (MCV) adquire visibilidade e se expande por várias cidades do Brasil, dissemina um tipo de ativismo e uma forma peculiar de organização, permitindo, segundo Gohn (2003), que este movimento possa ser considerado o movimento social mais importante da década de 70,

O Movimento do Custo de Vida foi um dos principais movimentos populares dos anos 70, e não seria exagero elegê-lo como o principal. Isto se deve à importância que teve em todo o território nacional como organizador de vários

<sup>98</sup> Fonte: *Problemas*, Revista Mensal de Cultura Política, nº 64, dezembro 1954 a fevereiro de 1955 (grifos nossos).

*movimentos sociais que lhe seguiram, e como reordenador da participação popular na vida associativa pública, desmantelada pelo regime militar com o AI-5 e com a política de repressão e violência contra qualquer ação coletiva com objetivos políticos (Gohn, 2003, p. 110-111 – grifos nossos).*

Conforme é sublinhado também por Doimo (1995), este movimento, surgido na Zona Sul de São Paulo em 1973, funcionou como

[um] grande guarda-chuva político em tempo de resistência ao regime militar [ao catalisar] diversos segmentos organizados da sociedade, como o Movimento Feminino pela Anistia, estudantes, partidários do MDB, dos partidos comunistas – então na ilegalidade – e de outras organizações clandestinas de esquerda (Doimo, 1995, p. 96).

Contudo, por ter sido fortemente amparado e difundido pela Igreja Católica, via Comunidades Eclesiais de Base, esta mesma Igreja inicia um processo de críticas muito fortes contra a presença dos radicais de esquerda assumindo a linha de frente do movimento, ou seja, o guarda-chuva começa a se fechar (Doimo, 1995, p. 96) especialmente para aqueles grupos e partidos políticos que atuavam na clandestinidade. A Igreja, em nome do “povo”, *“reprova atitudes de aproveitadores que, ingênua ou conscientemente, procuram interferir no movimento popular”* (documento citado por Doimo, 1995, p. 96). Na realidade, a Igreja se distanciou do MCV o qual, a partir de 1979, passa a ser controlado principalmente pelo Partido Comunista do Brasil (PCdoB), abrigando também outras lideranças que, em seguida, atuarão na fundação do Partido dos Trabalhadores (PT), com a defesa da inclusão de temas mais gerais, que atendessem às pretensões de um novo discurso político: *“Era hora de descentralizar ‘o movimento’ e decompor o problema do custo de vida em várias outras ‘necessidades reais do Povo Trabalhador’, como saúde, habitação, alimentação etc.”* (Doimo, 1995, p. 99). Neste caso, a decomposição do problema do custo de vida, representou também a decomposição do próprio movimento em relação ao seu tema fundante.

Consideramos que dois elementos são aqui importantes para explicitarmos a vinculação deste movimento com aquele do início dos anos 80: a organização inicial bancada pela Igreja e com a forte presença de mulheres, e uma base discursiva centrada no custo de vida e na pobreza – estes dois aspectos serão o modelo que irá inspirar as mulheres que fundaram o MDC/MG em 1983.<sup>99</sup> Além disso, como é sugerido por

<sup>99</sup> O MDC/MG foi fundado em 05 de julho de 1983, atendendo a um chamamento do recém-criado Programa Estadual de Proteção do Consumidor de Minas Gerais (fontes: Jornal *Diário da Tarde*: “Associação das Donas-de-casa em BH”, 09 de junho de 1983; Stockler, p. 62; Miranda, 1987, p. 182).

autores como Gohn (2003) e Doimo (1995), esse contexto propiciou o aparecimento ou reorganização de vários outros movimentos sociais, muitos deles impulsionados em seguida por partidos políticos que até então atuavam na clandestinidade (legalizados com a abertura política e a consolidação do pluripartidarismo na década de 80), e também a partir do impacto sobre a opinião pública de grandes movimentos grevistas ocorridos no final dos anos 70 (ABC paulista, Contagem etc.). Em todos estes casos, podemos perceber o aprendizado que o Movimento do Custo de Vida proporcionou e que serviu de base associativa para outros movimentos: a organização em pequenos núcleos, a disseminação desse estilo de organização através das Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e o encorajamento dos atores para assumir os riscos, custos e benefícios da ação coletiva.

A partir daquela década, há uma efervescência de organizações civis ligadas a temas específicos e que ocuparão espaços tanto na mídia quanto no meio político, especialmente por se apresentarem como uma nova forma de canalização e organização das demandas da sociedade – alguns destes movimentos serão marcados pela participação mais ativa da classe média dentre os quais, podemos citar como exemplo: movimentos envolvidos com a causa ecológica; movimentos de consumidores; de modo relativo, o movimento das Diretas-Já que, embora com vida curta, mas de alcance nacional, foi um exemplo de movimento social que contou com a presença de lideranças de vários setores da classe média (políticos, artistas, juristas, intelectuais da mídia, professores universitários, representantes de igrejas etc.).

Dessa forma, os anos 80 também marcam a mudança radical no formato e no tema dos movimentos de consumidores. Aqueles movimentos dos anos 70, mais voltados para o tema da carestia e do custo de vida e classificados como movimento popular, perdem força ao serem incorporados a partidos políticos e, portanto, tendo que ampliar o discurso principalmente para um contexto ideológico. O modelo de associação de consumidores, centrados no tema do direito, ao contrário, ganha força e é esse modelo que irá sobressair e marcar presença no cenário político e social da década de 80. No entanto, não podemos falar simplesmente da sobreposição de um modelo a outro, trata-se da elevação de um novo tema para o centro do debate: o direito do consumidor à proteção nas relações de consumo. É essa a novidade dos anos 80.

### 2.3.3 – O campo do conflito: da carestia da vida ao direito do consumidor

No que se refere ao direito do consumidor, até o final da década de 80, inexistia uma legislação forte o suficiente para regular as relações de consumo. Ainda no período de vigência do regime militar, apesar de inúmeras tentativas fracassadas de setores do parlamento em criar uma lei de proteção do consumidor, o mínimo de regulação estava garantido pelo obsoleto Código Comercial do século XIX<sup>100</sup> e pela inaplicável Lei 1521/1951 (a chamada “Lei de Economia Popular”, que altera o Decreto-Lei 2848/1940) – esta lei foi a base jurídica pela qual atuou a Superintendência Nacional de Abastecimento (SUNAB/1962), contudo, além desses limites, essa legislação era pouco conhecida pela população.

Nos anos 70, a relação de consumo não era vista de forma juridicamente unificada e, assim, falar de direito do consumidor naquele período, soa anacrônico. Excetuando-se o caso de alguns setores, como o de teste e certificação de produtos<sup>101</sup> e o setor de fiscalização da conformidade das normas técnicas estabelecidas pelo Instituto Nacional de Metrologia (INMETRO),<sup>102</sup> não havia órgãos ou leis mais incisivas para o segmento. Assim, mesmo com a presença do Estado na definição de normas para o setor industrial e na regulação da concorrência mercantil, não havia nenhuma garantia de que na relação de consumo, os cidadãos teriam salvaguardas quanto à transparência na contratação e na qualidade dos produtos e serviços que adquiriam.<sup>103</sup> Eram corriqueiros fatos como, por exemplo, o litro do leite vendido nas padarias e supermercados, em que não se gravava a data de validade do produto na embalagem e sim o dia da semana, isso permitia que alguns fornecedores simplesmente congelassem os produtos vencidos para serem vendidos na semana seguinte no dia correspondente.

O agravamento da crise financeira nos anos 80 foi também um impulso importante para a multiplicação dos movimentos sociais e, neste rastro, surge o movimento de mulheres preocupadas com as questões do orçamento doméstico

<sup>100</sup> Promulgado por D. Pedro II em 1850, e que regulava basicamente a prática comercial, legislando sobre as obrigações comuns a todos os comerciantes (Lei N° 556, de 25 de junho de 1850).

<sup>101</sup> Surge uma agência dedicada exclusivamente à metrologia, o INMETRO – criado em 1973, pela Lei n°. 5966.

<sup>102</sup> Normas relativas à volumetria e metrologia, segurança e risco – cuja fiscalização fica a cargo dos Institutos de Pesos e Medidas [IPEM], que são órgãos estaduais.

<sup>103</sup> A relação de consumo só veio a ser juridicamente definida a partir do Código de Defesa do Consumidor, através da definição de consumidor e fornecedor: no Art. 1º., consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário; e, no Art. 2º., fornecedores são os que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Lei n°. 8078/90).

(qualidade dos produtos, congelamento dos preços de itens básicos de consumo, “fiscalização” de preços, tabelamentos etc.) e com a necessidade de mecanismos legais de proteção dos consumidores (Miranda, *et al.*, 1987, 182). Afetados pelo descaso do Estado e pela ausência de normas eficazes, alguns consumidores iniciam ações diretas de pressão que vão, desde o uso intensivo de táticas espetaculares (visando a mídia – como, por exemplo, a entrada em supermercados portando tabelas e conferindo preços), a *lobbies* nos parlamentos pela aprovação de leis, ou passeatas e “panelaços” nas principais capitais.

Além dos já citados movimentos contra a carestia, consideramos que dois outros fatos são importantes para o desencadeamento de uma série de ações direcionadas para este tema: a criação da Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon) no ano de 1976 em São Paulo (tendo servido como modelo para outros Estados) e a Comissão Parlamentar de Inquérito (conhecida como a “CPI do Consumidor”) instalada na Câmara dos Deputados, em 1975,<sup>104</sup> que propiciou a divulgação do assunto em escala nacional, repercutindo positivamente e chegando a sugestões inovadoras, embora não totalmente efetivadas: a criação do Instituto Nacional de Defesa do Consumidor; criação de comissões permanentes de defesa do consumidor na Câmara Federal; e sugestão para a criação da Justiça do Consumidor (Stockler, 2008, p. 41).

Nos anos 70, portanto, as ações mais significativas que chegaram às portas do parlamento se deram por iniciativas individuais, principalmente de parlamentares e juristas, e sem participação significativa da sociedade civil ou de movimentos organizados. O regime militar mostrou pouco interesse pelo tema e a maioria dos projetos de lei apresentados ficaram estagnados no Congresso Nacional.

São também daquele período as primeiras entidades civis identificadas com a defesa e proteção do consumidor: o Conselho de Defesa do Consumidor (Condecon, Rio de Janeiro, 1974); Associação de Defesa e Orientação do Consumidor (Adoc, Curitiba, 1976); e Associação de Proteção ao Consumidor (APC, Porto Alegre, 1976).<sup>105</sup> *Grosso modo*, estas associações civis funcionavam num estilo muito próximo daquelas

---

<sup>104</sup> Que teve como principal motivo investigar as práticas abusivas das indústrias farmacêuticas. Uma das consequências mais relevantes desta CPI foi a promulgação da Lei 6.360 (a Lei de Vigilância Sanitária), conforme documentam Costa, E. A *et al.* (2008, p. 997). Destaca-se a participação do Deputado Nina Ribeiro, jurista e criador da Associação Nacional de Defesa do Consumidor (ANDEC) em 1975, que também falava frequentemente do assunto em programas de rádio e artigos em jornais. Ainda no início dos anos 70, a partir de inúmeras viagens internacionais, este parlamentar toma contato com o tema nas suas elaborações mais recentes, especialmente dos teóricos e ativistas Jeremy Mitchel (Inglaterra) e Ralph Nader (EUA).

<sup>105</sup> Stockler, 2008, p. 38.

entidades que se propagaram pela Europa e nos Estados Unidos, não tendo, contudo, envolvimento significativo com outras questões sociais e com pouco ou inexpressivo ativismo político – diferindo, pois, dos movimentos populares de luta contra a carestia.

#### 2.3.4 – *Consumidores em movimento e movimentos de consumidores: a perspectiva do conflito e a construção de consensos*

Ainda neste breve mapeamento do campo do conflito, e após esta exposição acerca das origens do fenômeno no Brasil, cabe-nos explicitar a ocorrência de ações de movimentos *de* consumidores e movimentos *de defesa (para)* dos consumidores. Julgamos ser oportuna esta diferenciação analítica, uma vez que estas duas formas podem ser percebidas em escalas bastante diferenciadas. Para tanto, explicitamos esta nuance que, objetivamente, nos traz questões importantes para a análise dos movimentos sociais que atuam com essa temática. Conforme é sugerido por Zald (*et al.* 2000, pp. 262-263), a dimensão do conflito está relacionada ao caráter espontâneo e efêmero da ação coletiva podendo, em algum momento, combinar-se com iniciativas organizadas que podem dar origem a novas formas institucionais. Mas vale ressaltar que, para este caso dos movimentos de consumidores, estamos tomando as noções de consenso e conflito numa acepção muito particular, tendo em vista as diferenças fundamentais entre um tipo de movimento fracamente organizado e outro tipo com características organizacionais mais estáveis e atuando diretamente no equilíbrio das forças.

O primeiro tipo de movimento (*de* consumidores), pode ser entendido como um reservatório importante de experiências e significados para o segundo, funcionando, por vezes, como aqueles alarmes no interior do sistema, conforme nos fala Melucci (1996), e não têm a preocupação de organizar filiações, são mobilizações de caráter efêmero, ou espontâneas. O segundo tipo (movimentos *para* consumidores), mais estritamente, representa os interesses dos consumidores, atuando em vários campos nos quais se façam necessárias ações voltadas para a resolução de conflitos ou prevenção de danos e, para tanto, realizam negociações, criam formas organizacionais estáveis, mobilizam recursos, conquistam aderentes e constituintes (McCarthy e Zald, 1990, p. 23), trabalham para ampliar o quadro de filiados etc.

Os movimentos *de* consumidores são os protagonistas de ações voltadas para a opinião pública ou para algum tipo de pressão em momentos de crise. São, de fato, os



que mais frequentam os espaços da mídia, principalmente pelo nível elevado de mobilização espontânea que alcançam (por isso, é frequente a associação desse tipo de movimento com passeatas, boicotes e etc). Um caso bem conhecido é aquele dos chamados “Fiscais do Sarney”. Foi um movimento espontâneo que diante da crise, e motivados pelo plano econômico recém-implantado (o Plano Cruzado), e sem uma liderança específica, operou, de início, silenciosamente, mas logo caiu no gosto da mídia e das autoridades, uma vez que trazia uma mensagem nova para os meios de comunicação. O governo, por seu lado, diante da possibilidade de ganhos políticos, sinalizou com simpatia e incentivou a prática. A imprensa, por outro lado, reportava estarecida e eufórica o volume de “furos jornalísticos”: fechamentos de supermercados com apoio da Superintendência Nacional do Abastecimento (SUNAB); cidadãos ostentando orgulhosamente crachás com os dizeres “Eu Sou Fiscal do Sarney”<sup>106</sup> e com uma tabela de preços à mão (publicadas como encartes em jornais de todo o País); as delegacias de polícia lotadas de consumidores registrando queixas; passeatas; “panelaços”.

Outra característica dos movimentos *de* consumidores é o seu caráter nitidamente temporário e conjuntural, não constituindo qualquer tipo de associação perene. Voltando ao caso dos “Fiscais do Sarney”, tão logo o assunto foi se tornando trivial, este ator recolheu-se ao anonimato – o que, em parte, é resultante da decepção com os rumos do Plano Cruzado, com a política de congelamento de preços, e o uso político destes instrumentos.<sup>107</sup>

Os movimentos *de defesa* dos consumidores, têm uma característica associativa e são frequentemente organizados por atores das classes médias (atores, portanto, com mais facilidades de acesso aos meios de informação), possuem ou formam lideranças, e têm nas bases da sua ação o atendimento direto de consumidores afetados por danos na relação de consumo – ou seja, atendimento a casos individualizados, ou ações de “educação para o consumo”. São estes movimentos que se destacam na formulação de propostas de leis para a defesa do consumidor, bem como nas formas de pressão mais contundentes junto às autoridades nos parlamentos e no executivo. Foram também estes

<sup>106</sup> Em reportagem da Revista Veja da época: “*O presidente não escondeu a alegria quando soube que um publicitário de São Paulo planejava distribuir 10 milhões de botões verde-amarelos com a frase: ‘Eu sou fiscal do Sarney’*” (12 de março de 1986). Disponível em: [http://veja.abril.com.br/30anos/p\\_067.html](http://veja.abril.com.br/30anos/p_067.html)>, acesso em 01/11/2008.

<sup>107</sup> Vale ressaltar o impacto desse uso político das medidas econômicas. Em 1986, o PMDB elegeu 22 governadores. Dos 23 Estados que tiveram eleições foi derrotado apenas no Estado de Sergipe. Fonte: Revista *Istoé*, disponível em <<http://www.terra.com.br/istoe/edicoes/1985/artigo66205-1.htm>>, acesso em 16 de maio de 2009.

movimentos que participaram ativamente nas discussões para a elaboração do texto da Lei 8078/90 (CDC), sendo chamados de “entidades civis” ou “organizações civis” pela esfera governamental.

Embora com menor número de participantes, os movimentos de defesa dos consumidores têm um raio de atuação mais amplo e isso é uma das consequências da sua meta societal, ou seja, não estão limitados ao problema momentâneo da crise ou do conflito, mas, de alguma forma, preparam-se para uma batalha mais demorada, constroem um embasamento teórico / técnico / científico para justificar suas demandas, propõem um discurso voltado para a defesa e proteção dos direitos dos cidadãos. Por outro lado, os movimentos de consumidores, embora tenham um potencial de mobilização muito mais elevado, uma vez que utilizam amplamente os recursos de mobilização formados nas esferas públicas, têm, como meta societal, a solução para uma questão muito particular e geralmente momentânea ou conjuntural.

Um exemplo da combinação de ação desses movimentos pode ser extraído ainda do período do governo do Presidente José Sarney (1985-1990): com o agravamento da crise e com a política de congelamento de preços implantada principalmente no “Plano Cruzado”, os pecuaristas, diante da perspectiva de limitação dos lucros, iniciam um processo de diminuição da oferta de carne bovina para os açougues – os dois movimentos atuam, neste caso, em sentido muito distinto, realçando aquela noção de política reativa, mais próximos dos movimentos *boundary truces*, analisados por Zald (*et al.*, 2000, p. 270): os movimentos de consumidores realizam saques, protestos e “quebra-quebras” exigindo a oferta de carne para o consumo; os movimentos de defesa dos consumidores, além de participarem destas ações, iniciam também processos de conscientização da população acerca da importância de se buscar fontes alternativas (ovos, frango, peixe e soja), bem como a ida à justiça e ações de pressão junto às autoridades. Assim, enquanto os movimentos espontâneos e efêmeros, exigiam a reposição dos produtos nos açougues e supermercados, os movimentos prolongados iniciam ações de caráter permanente e ampliam suas metas ao assumir a liderança na sugestão e recomendação de boicotes e, para isso, buscam o apoio da população através de ampla presença nos meios de comunicação e também da produção de material informativo. Esse modelo de atuação conjunta é, assim, bastante representativo da tese de Zald (*et al.*, 2000) a respeito dos movimentos que operam conjuntamente a partir de algum tipo de “trégua” nas fronteiras de cada um. Ou, dito de outra forma, as evidências

empíricas nos fornecem elementos consistentes para interpretarmos o consumerismo no Brasil a partir das dimensões de conflito e consenso.

#### *2.4 - Acolhimento das demandas populares por uma legislação do consumidor e pela ampliação da participação social através de associações civis*

A defesa do consumidor no Brasil pode ser dividida, para efeitos comparativos, em dois momentos distintos: 1) um momento de construção da ideia de direito e proteção e; 2) um momento de consolidação de ações governamentais e legislativas que culminarão num construto jurídico ancorado nos dois pilares erigidos pelos movimentos sociais, a proteção e a defesa. O primeiro momento é, em grande medida, resultante da luta dos movimentos consumeristas, representados expressivamente, primeiro, pelos Movimentos de Luta Contra a Carestia de Vida e o Movimento do Custo de Vida (até o final dos anos 70) e, depois, nas associações de consumidores que começam a surgir pelo país, com destaque para a Associação das Donas de Casa de Minas Gerais (1983). O segundo momento, se refere às conquistas que, em grande parte, podem ser atribuídas ao protagonismo dos movimentos consumeristas.

Uma dessas conquistas foi a criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC)<sup>108</sup> que, após ser instituído oficialmente, inicia um processo de consolidação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) – que irá incorporar os órgãos governamentais e os movimentos de consumidores organizados por todo o País.

O CNDC, além de ter sido o órgão governamental responsável pela coordenação da elaboração do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, foi importante indutor e articulador da participação dos movimentos consumeristas na definição da Política Nacional de Consumo, conforme atestam os relatórios de atividades, produzidos por este órgão entre os anos de 1986 e 1999 (citados em anexo).<sup>109</sup> Os primeiros relatórios destacam o papel dessa agência, tanto na divulgação da Lei 7244/84 (que cria os juizados de pequenas causas e interesses difusos – Juizados Especiais Cíveis), quanto na construção de diretrizes para a criação de entidades civis de defesa do consumidor, uma

---

<sup>108</sup> Resultado da aprovação, com alterações, do Projeto de Lei n°. 70, de 1971 do Deputado Nina Ribeiro (Arena), através do Decreto n°. 91.469, de 24 de julho de 1985.

<sup>109</sup> No corpo do texto, estes documentos são citados como segue: CNDC DOC n°. X, ano.

vez que, para atuar em consonância com este Conselho, tais entidades precisam cumprir alguns parâmetros legais (CNDC DOCS. 2 e 3, 1985-1986).

Outra característica presente em todos os relatórios, é a constante menção à importância da imprensa, como veículo eficaz para se estabelecer um canal direto de comunicação e informação da opinião pública. Além disso, enfatizam a necessidade da promoção de ações governamentais que levem a sociedade civil a organizar associações de consumidores, entendendo serem estes movimentos parceiros imprescindíveis para a efetivação da defesa do consumidor:

Ao completar um ano de existência o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor – CNDC, ostenta uma folha de serviços prestado ao consumidor brasileiro, não ideal, mas satisfatória, principalmente considerados os percalços administrativos de sua implantação no Ministério da Desburocratização e posterior transferência para o Ministério da Justiça, quando então o CNDC ficou sem qualquer recurso financeiro para desenvolver suas principais atividades. Em verdade o apoio da imprensa em geral e de governos estaduais e municipais e de organização da comunidade foram fatores decisivos para que o CNDC pudesse enfrentar essas dificuldades internas. *Aliás, sem imprensa e comunidade não há como se implementar a defesa do consumidor* (CNDC DOC 3, 1986 – grifos nossos).

Essa crítica à pouca importância que a esfera governamental vinha dando ao assunto, bem como a denúncia da falta de suporte financeiro para a ampliação das ações do CNDC, está presente em outros relatórios. Em junho de 1988, um dos relatórios finais é mais enfático, sublinhando o isolamento no qual se encontrava aquele órgão:

Completo o CNDC três anos em 23/07/88, sem qualquer estrutura administrativa. Em vão foram os esforços da Secretaria Executiva, desde 1986... Em relação aos recursos materiais e financeiros a situação do CNDC é também de ampla insuficiência (CNDC DOC 7, 1988).

Este documento cita ainda que os melhores resultados da atuação do CNDC estavam na motivação dos Estados para a criação dos Procons, apontando que 20 Estados já tinham instalado pelo menos um ponto de atendimento do Procon. Por fim, este relatório menciona as ações junto aos Constituintes para a aprovação da lei geral do consumidor.

Em relatório anterior, de 18 de dezembro de 1986, o CNDC encaminha à Assessoria de Imprensa do Ministério da Justiça uma tabela na qual constam os atendimentos realizados em todos os Estados, no período de maio a novembro de 1986,

ressaltando a preocupação com o decréscimo no número de atendimentos, bem como a sazonalidade dos temas em pauta. Pela importância da análise que precede a apresentação da tabela, devido a sua relação histórica com aqueles movimentos espontâneos e conjunturais aos quais nos referimos acima como “movimentos de consumidores”, citamos um trecho que também ilustra a dificuldade em lidar com um tema que ainda carecia de força jurídica e de apoio governamental,

*Quanto à natureza das reclamações elas apresentam uma sazonalidade, isto é, predominam aquelas que, em determinado momento, afetam faixas específicas da sociedade. Assim, no início do Plano Cruzado as reclamações diziam mais respeito à (sic) preços, (tabela/congelamento) e o descompromisso de autoridades; a seguir vieram as solicitações de instruções e orientações em casos concretos e logo depois, reclama-se da incapacidade dos governos na solução das denúncias e na organização eficiente da fiscalização em geral (preços, qualidade, sanidade etc.). Atualmente predominam as reclamações sobre temas imobiliários (aluguel e taxas) e percebe-se agora o grande número de reclamações acerca de matrículas escolares e desproporção entre preços e salários, críticas e descréditos (CNDC DOC 4, 1986 – grifos nossos).*

Os trechos que grifamos são significativos a nosso ver por três razões. Primeiro, porque expressam a insatisfação da população com a morosidade do Estado em solucionar os conflitos da relação de consumo. Segundo, porque também expressam uma vontade da população em ter o Estado não só como o organizador das relações de consumo, mas, fundamentalmente, como fiscal do comportamento dos fornecedores e juiz dos conflitos entre consumidores e fornecedores. Terceiro, por demonstrar uma opção política do CNDC, a qual consiste em posicionar-se criticamente em relação ao governo, apostando todas as fichas na informação e organização de movimentos de consumidores (“comunitários”, conforme os relatórios).

A tabela abaixo, gerada a partir deste relatório, se refere ao atendimento individual de consumidores em todos os Estados, evidenciando o maior número de atendimentos naqueles em que já havia um sistema de defesa mais articulado, isto é, congregando órgãos públicos (Procon, Juizados e Delegacias, além de agências federais como a SUNAB) e associações civis:

QUADRO VI – “Reclamações de consumidores segundo os Estados, de maio a novembro de 1986”

Sigla	AC	AL	AP	AM	BA	CE	DF	ES	GO	MA	MT	MS	MG
<b>Total</b>	39	116	--	67	124	42	227	20	62	151	91	17	55

<b>Sigla</b>	<b>PA</b>	<b>PB</b>	<b>PR</b>	<b>PE</b>	<b>PI</b>	<b>RJ</b>	<b>RN</b>	<b>RS</b>	<b>RO</b>	<b>RR</b>	<b>SC</b>	<b>SP</b>	<b>SE</b>
<b>Total</b>	265	137	22	21	108	384	34	26	74	18	20	139	43

<b>Total geral:</b>	2.302
---------------------	-------

Fonte: elaboração própria, com base em CNDC DOC 4, 1986.

Por se tratar de dados cujas fontes não são necessariamente as mesmas, isto é, oriundas de órgãos com a mesma sistemática de atendimento, esta tabela nos permite apenas acessar um breve resumo do panorama da defesa do consumidor naquela década. Um fato importante ressaltado nestes números diz respeito aos Estados com maior volume de atendimentos (considerando: aqueles com mais de cem atendimentos, a saber, AL, BA, MA, PB, PI e SP; e aqueles com mais de duzentos, que são, em ordem crescente, DF, PA e RJ). Observamos que, dentre estes Estados com atendimentos mais expressivos, não figura o Estado de Minas Gerais que, conforme a tabela, registrou apenas 55 atendimentos.

Isto nos traz outra consideração acerca do contexto no qual surge o MDC/MG, em 1983. Naquele ano, os serviços de atendimento aos consumidores em Minas Gerais ainda se apresentavam desorganizados e desarticulados. Com a ausência de uma legislação que lhe desse respaldo, o MDC quase não atuava até 1986 no atendimento direto às reclamações dos consumidores, focando sua ação nas campanhas, passeatas, fiscalização e produção de material informativo, além das manifestações e ações voltadas para a consecução de uma legislação específica.

Outra consideração sobre a ação do CNDC, refere-se ao fato de que os relatórios que foram gerados por este órgão, originados no contexto de uma tímida reforma do Estado – a cargo do Programa Nacional de Desburocratização (PrND) –, além de um posicionamento político nitidamente favorável aos movimentos de consumidores, transmite a clara impressão de que, apostar no fortalecimento e promoção destas entidades, significava, além do próprio fortalecimento, a garantia necessária para a aprovação de uma legislação de proteção e defesa dos consumidores.

## *2.5 - O caráter protetivo da lei de defesa dos consumidores*

O alcance das ações dos movimentos consumeristas, durante os anos 70 e expansão nos anos 80, teve como um dos resultados mais importantes a consolidação de um conjunto de leis cuja principal característica é o seu aspecto protetivo. O *Código de*

*Proteção e Defesa do Consumidor* (CDC - Lei 8078/90) surge amparado na interpretação de que, na relação de consumo, o consumidor é a parte vulnerável,<sup>110</sup> dado que este pode estar submetido à publicidade enganosa ou abusiva (Artigos. 36-41), à imprecisão ou omissão de responsabilidades nos contratos (Artigos 46-54), à cobrança indevida ou abusiva de dívidas (Artigo 42) e quaisquer outras práticas que atentem contra os seus direitos básicos de consumidor, a saber, conforme o CDC: proteção da vida e da saúde; direito a informações corretas, claras, ostensivas e em língua portuguesa; proteção contra publicidade enganosa ou abusiva; direito à igualdade nas contratações (proteção contratual) e acesso facilitado à justiça (o foro para a resolução de conflitos será sempre aquele do domicílio do consumidor e nunca o do fornecedor), conforme previsto no Artigo VI. Portanto, o Código do Consumidor pode ser entendido como o resultado de uma agenda que buscou consolidar num aparato legal as principais questões advindas do ativismo consumerista do início dos anos 80.

Outro aspecto que vem contribuir fortemente na concepção do nosso Código, se refere à temática trazida a público pela militância internacional, especialmente a partir das deliberações da Assembleia Geral da ONU em 1985, que culminou na Resolução 39/248-1985.<sup>111</sup> Esta Resolução fornece os princípios gerais que norteiam a política de relações de consumo nos países que a acolheram. Assim, o tema passa a fazer parte da nossa Constituição de 1988 que, até certo ponto, agrega as demandas da sociedade civil e determina que o Estado atue na defesa dos consumidores.<sup>112</sup>

Podemos exemplificar este caráter eminentemente protetivo da lei analisando as duas áreas que mais recebem reclamações nos órgãos de defesa: a área de assuntos financeiros e a área de produtos. São também estas as áreas do consumo que mais cresceram no país a partir dos anos 80.

O consumo de crédito, principalmente a partir dos anos 90, com a estabilização da economia, foi impulsionado pelo aumento da oferta (que inclui o crescimento também do setor de cartões de crédito e de empresas financeiras com produtos dirigidos para pessoas físicas), bem como o alongamento dos prazos para pagamentos. O consumo de produtos, especialmente com a explosão da oferta de eletro-eletrônicos e a expansão da informática, popularizou itens de consumo antes restritos às classes com maior disponibilidade financeira.

---

<sup>110</sup> Art. 4º., incisos I e II.

<sup>111</sup> Sobre esta Resolução, ver nota 22.

<sup>112</sup> Constituição, Art. 5, inciso XXXII: “O Estado promoverá na forma da lei a defesa do consumidor”.

A decepção com um produto defeituoso e as deficiências no atendimento oferecido pelas empresas de assistência técnica, estão entre as razões que motivam o consumidor a procurar os órgãos de defesa<sup>113</sup> – o Artigo 18 do CDC define um tipo de proteção que, diferente do que ocorria antes, confere um perfil de legalidade à garantia do produto (antes da lei, quando havia alguma garantia sobre determinado produto, geralmente era tratada como uma cortesia ou benevolência do fabricante).

Quanto aos assuntos financeiros, o consumidor que recorre aos órgãos protetivos geralmente está com os pagamentos atrasados e, por isso, busca algum tipo de negociação favorável bem como a retirada do seu nome dos cadastrados negativos (Lei 8078/90, Art. 42-43) – e, em geral os fornecedores aceitam negociações diferenciadas, firmadas com o aval de órgãos protetivos, porque isso também significa maior probabilidade do consumidor consumir o compromisso assumido.

Para ilustrar, produzimos o gráfico abaixo que mostra a forte incidência dessas duas áreas no cômputo total dos atendimentos realizados nos *Procons* do Estado de Minas Gerais. Para este gráfico, utilizamos um intervalo de três anos (2006 a 2008) a partir dos dados disponibilizados na base *Sindec*,<sup>114</sup> do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC – Órgão da Secretaria Nacional de Direito Econômico, do Ministério da Justiça). No ano de 2006 estas duas áreas representaram 66,31% dos atendimentos em Minas Gerais, apresentando leve queda em 2007 (64,44%) e, em 2008, com uma queda próxima de cinco pontos percentuais (60,98%) no atendimento das reclamações sobre produtos e assuntos financeiros, centralizando a média em 63,01% nos três anos.

O gráfico a seguir foi produzido a partir de uma distribuição destes valores segundo as categorias (áreas) usuais no atendimento dos *Procons*:

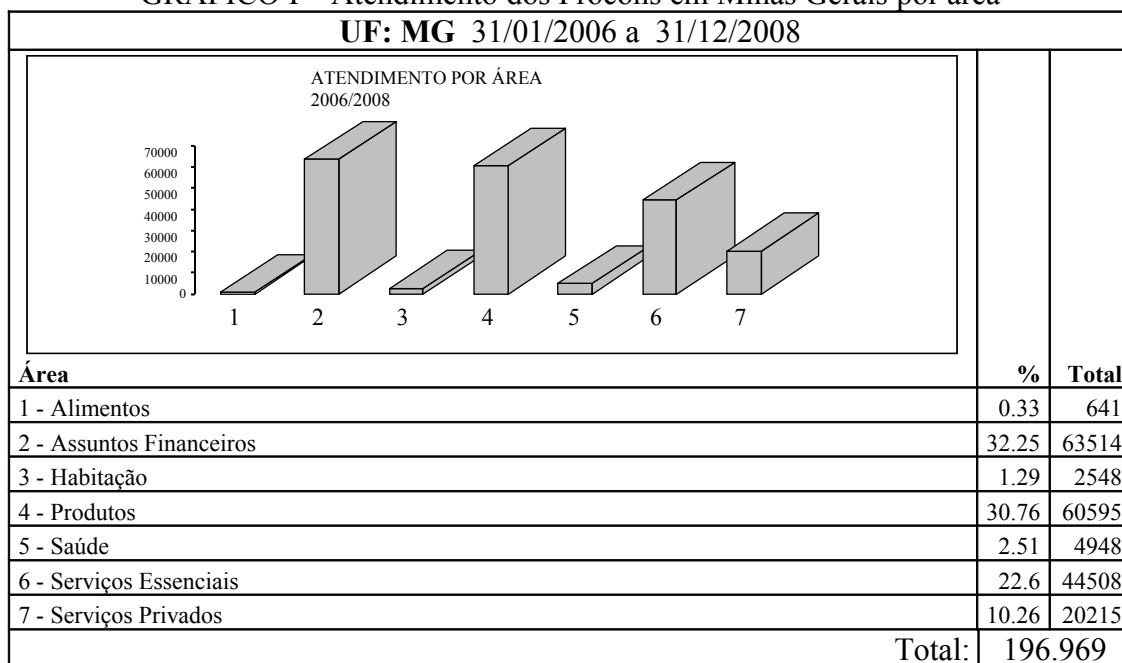
---

<sup>113</sup> A Lei 8078/90 (CDC), determina um prazo de garantia legal de 90 dias (Art. 26) e a esta será somado o prazo de garantia adicional (ou garantia contratual – Lei 8078/90, Art. 50) oferecido pelo fornecedor do produto – atualmente, os grandes fabricantes oferecem uma garantia adicional de 9 meses que, somados com os 3 meses da garantia legal, perfazem o período já tradicional de 12 meses.

<sup>114</sup> Esta base de dados reúne os atendimentos realizados nas unidades dos *Procons* do País e é de acesso público. Atualmente o Estado com maior número de *Procons* municipais associados ao *Sindec* é o Estado de Goiás, com 26 unidades municipais, seguido de Minas Gerais com 24 (dentre as 87 unidades municipais e as duas estaduais: uma no Ministério Público de Minas Gerais e outra na Assembleia Legislativa).



GRÁFICO I – Atendimento dos Procons em Minas Gerais por área



Elaboração própria, consulta a <<http://www.mj.gov.br/sindecnacional>> (acesso em 15 de março de 2009).

Observamos que, do volume total de atendimentos, conforme a distribuição acima, as duas áreas (financeira e produtos) somam 124.109 atendimentos no período, ou 63,01% do atendimento total em três anos (196.969 no total). As ocorrências mais comuns são: em produtos, a recusa em prestar assistência técnica na vigência da garantia ou atrasos na prestação do serviço pelas empresas de assistência técnica;<sup>115</sup> quanto aos assuntos financeiros, os dois fatores que mais contribuem para que o consumidor procure o auxílio de algum órgão são, a cobrança abusiva de juros sobre as parcelas em atraso e a inclusão do CPF do devedor em cadastros negativos – tal prática é prevista na lei 8078/90, contudo, sanada a dívida (ou renegociadas as parcelas em atraso), o credor é obrigado a proceder à retirada do nome do consumidor destes cadastros.

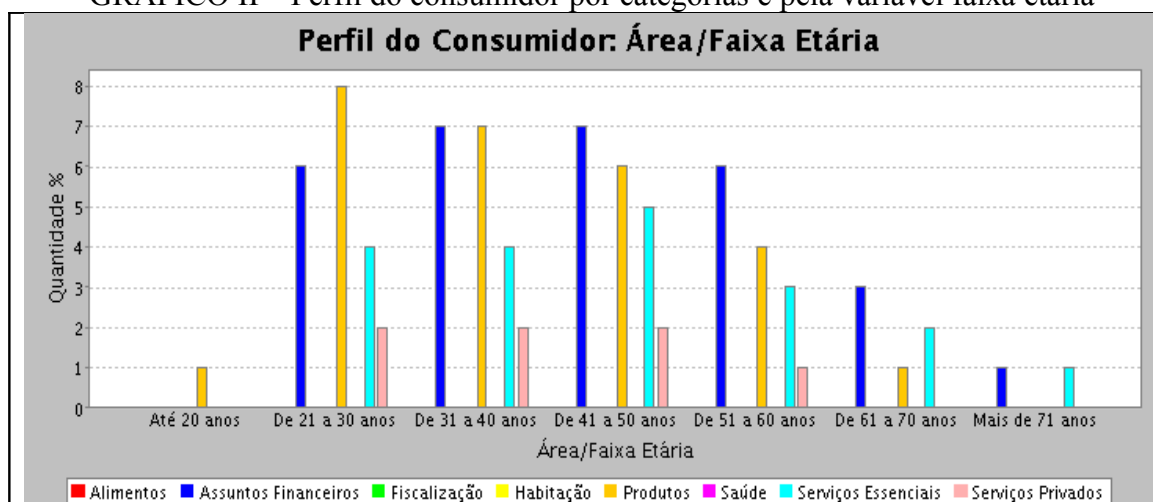
A base de dados *Sindec* permite estratificar o atendimento apenas por sexo ou por idade, uma falha que julgamos importante é o não recolhimento de informações sobre escolaridade e renda. Supomos que a inclusão dessas duas variáveis ampliaria as possibilidades de análise, permitindo, por exemplo, estudos comparativos que demonstrassem o impacto do acesso à informação ou do poder aquisitivo sobre a ocorrência de reclamações. Isto permitiria responder perguntas do tipo: qual a relação entre escolaridade e renda com a busca de atendimento nos órgãos protetivos? As

<sup>115</sup> A lei prevê que, decorridos 30 dias da entrega do produto na assistência técnica, e não sendo sanado o vício, o consumidor pode exigir um novo produto, ou abatimento proporcional no preço, ou, ainda, a restituição imediata da quantia paga por aquele produto – CDC, Art. 18, § 1º, incisos I, II e III e § 2º.

respostas nos seriam de grande valia também para analisar a participação dos consumidores nos movimentos consumeristas, porém, na ausência de uma fonte confiável, fica esta lacuna.

Num comparativo do atendimento por área e faixa etária no Estado de Minas Gerais, temos o seguinte gráfico, também referente ao período 2006-2008:

GRÁFICO II – Perfil do consumidor por categorias e pela variável faixa etária



Fonte: <www.mj.gov.br/dpdc/sindecnacional> (consulta em 16/03/2009).

Podemos perceber que, entre as idades de 21 a 30 anos, a área “assuntos financeiros” tem uma elevação e se estabiliza entre 31 e 41 anos. Isto nos permite concluir que o perfil do reclamante de assuntos financeiros é majoritariamente composto por indivíduos entre 21 e 41 anos. Da mesma forma, a área de produtos tem sua maior expressão no intervalo 21 e 30 anos, o que também ajuda a explicar o fato de que, neste intervalo está concentrada a parcela da população que, com maior frequência, adquire produtos eletroeletrônicos. Esta faixa é também aquela em que temos uma quantidade elevada de pessoas com disponibilidade financeira e interesse por adquirir produtos e novidades do mundo tecnológico e da informática.

O crescente aumento na oferta de novidades, bem como nas estratégias de *marketing*, são frequentemente apontados pelos movimentos consumeristas como possíveis responsáveis por impactos importantes no processo de escolha do consumidor que, em tese, é livre. Por conseguinte, quando o Código do Consumidor se define enquanto um instrumento de proteção, ao mesmo tempo, aponta as diretrizes que irão promover a defesa do consumidor, entendido juridicamente como hipossuficiente.

Por outro lado, o movimento consumerista não se mostra muito apegado a essa noção de vulnerabilidade do consumidor. No que pudemos observar, e pelo que foi até

aqui exposto, a história destes atores é, ao mesmo tempo, uma linha temporal-evolutiva das formas de mobilização e do próprio discurso, e é também um reservatório de significados, os quais permeiam o discurso atual, ora com temas mais urgentes e ações mais agressivas (o consumidor entendido como agente de mudança radical), ora com uma característica mais consensual (estabelecendo laços institucionais, desenvolvendo relações equilibradas e buscando consensos entre os interesses dos fornecedores e os interesses dos consumidores que entendem representar). Assim, supomos que a análise de um exemplo destes movimentos pode nos auxiliar a compreender, tanto o percurso, quanto a forma como atuam na prática. O próximo capítulo é, pois, dedicado a essa tarefa.

## CAPÍTULO III

### **A Participação do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais**

*“Um grito se ouviu em Minas Gerais / e o povo parou pra ver  
Eram as donas de casa / fazendo a coisa acontecer”<sup>116</sup>*

#### *3.1 – Nota sobre a metodologia utilizada para a pesquisa de campo*

O objetivo deste trabalho é analisar o fenômeno consumerista e, para tal, tomamos como um exemplo destes movimentos o MDC/MG. Para alcançarmos este objetivo, optamos por um estudo descritivo visando desenvolver uma análise comparativa do fenômeno, para, a partir das teorias dos movimentos sociais, explanarmos a sua ocorrência e formato de ação coletiva no Brasil.

O foco deste estudo é, portanto, a ação consumerista e, para o desenvolvimento de uma perspectiva comparada, utilizamos um exemplo de caso, mediado pela produção de dados qualitativos com o uso de técnicas de entrevistas e consulta a documentos diversos sobre a entidade escolhida e sobre o movimento em escala ampliada. Para tanto, apoiamos-nos em algumas notas teóricas de Weiss (1995), para definir uma amostra por conveniência, porém representativa, tendo em vista a proximidade e o baixo custo que representa. Destacamos, no entanto, que estes dois critérios não constituem a razão determinante para a escolha do MDC/MG – pois, como veremos, esta entidade representa significativamente o fenômeno no nosso país.

Weiss (1995) enumera sete princípios que contribuem para um desenho da pesquisa qualitativa: desenvolver descrições detalhadas, integrar múltiplas perspectivas, descrever processos, desenvolver uma visão holística, aprender como eventos são

---

<sup>116</sup> Versos cantados pelos membros do MDC/MG na galeria da Câmara dos Deputados em 5 de outubro de 1988, na solenidade de entrega do abaixo assinado contendo 390 mil assinaturas em defesa da emenda popular que trata da defesa do consumidor e da aposentadoria dona de casa (Stockler, 2008, p. 94).

interpretados pelos atores, criar pontes intersubjetivas, identificar variáveis que possam contribuir para o desenho de uma pesquisa quantitativa (Weiss, 1995, pp. 9-11). Para o caso desta pesquisa, dado que este autor também defende que estes princípios não são regras e sim orientações, seguimos três premissas: desenvolver uma descrição detalhada do consumerismo, descrever processos que tenham alguma significância para analisar este fenômeno no Brasil e desenvolver uma visão holística, integrando as perspectivas dos atores entrevistados com as bases teóricas e documentais consultadas.

Neste sentido, decidimos por um procedimento de triangulação que, conforme Gressler (2004) é definido como “um procedimento em que o pesquisador recorre a várias fontes de informações para validar seus resultados” (p. 86). Entendendo que os métodos qualitativos são múltiplos e interativos e que propiciam um processo de pesquisa contextualizado com a realidade que se tem contato, a atividade interpretativa pode ser marcada pela ocorrência de alguns vieses que, para o caso desta dissertação, são minimizados pelo tipo de abordagem que desenvolvemos – não se tratando do estudo de um movimento específico, mas, antes, da explanação acerca do fenômeno. De qualquer forma, pretendemos com isso destacar alguns parâmetros que indiquem possibilidades de generalizações a partir do exemplo do MDC que, no micronível de análise, pode nos fornecer elementos referentes:

- 1) à percepção dos atores quanto à ação consumerista;
- 2) ao funcionamento do movimento e sua importância frente a outras entidades (institutos de defesa do consumidor, agências de testes de produtos etc) ou agências públicas (Procon, Ministério Público, Delegacias Especializada, Juizados Especiais);
- 3) à integração deste movimento com o cenário macro que se refere, basicamente, à participação em grandes redes como fóruns nacionais ou entidades internacionais (especificamente o Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor e a *Consumers International*);
- 4) às possibilidades de generalização de alguns aspectos da ação do MDC em relação ao fenômeno consumerista no país, a saber: representatividade da amostra e possíveis impactos da ação deste movimento sobre o fenômeno.

Sobre os documentos consultados, o MDC/MG gentilmente disponibilizou o acesso aos arquivos do movimento, contendo documentos, listas, filmes e etc. Esta etapa aconteceu entre agosto e dezembro de 2008. Neste mesmo período foi publicado o livro comemorativo dos 25 anos daquela entidade (“*Mas sem Perder a Ternura*”). Trata-se de uma publicação amplamente baseada nos documentos históricos do MDC e foi para nós

uma segunda fonte importante de pesquisa, uma vez que propiciou um certo alívio no transtorno da presença de um pesquisador, durante o horário de expediente daquela entidade, gerando a necessidade de atenção de algum funcionário para esclarecer dúvidas ou indicar fontes.

Outra forma de captar informações documentais foi através do acesso a *sites* de entidades e órgãos governamentais, principalmente o Ministério da Justiça (*site* do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC), o *site* do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC), o *site* da *Consumers International*.

Sobre as entrevistas, esta parte foi desenvolvida a partir de uma pesquisa, ainda em 2007, na época da elaboração do projeto desta dissertação: fizemos uma entrevista com um membro do MDC e outra com a coordenadora do Procon Municipal de Belo Horizonte. A partir de alguns elementos suscitados naquelas entrevistas desenvolvemos, nos meses de outubro e novembro de 2008 e junho de 2009, entrevistas não-estruturadas, gravadas e com o uso de anotações paralelas. Nesta etapa foram realizadas 8 entrevistas com membros do MDC. Este bloco de entrevistas, baseadas num roteiro, foi marcado pelo clima de espontaneidade no qual os entrevistados puderam se expressar livremente sobre outros assuntos de seu interesse, além de serem motivados a focar suas respostas em temas específicos. Dentre estas entrevistas, realizamos duas entrevistas não presenciais, com envio do roteiro, e posterior devolução dos mesmos, via correio eletrônico. Destas, uma foi dirigida à principal liderança do movimento e a outra foi dirigida, como retorno, à primeira entrevistada de 2007 – visando retomar algumas questões não tratadas na primeira entrevista, bem como aprofundar outras. Todas as entrevistas foram codificadas e organizadas de forma a propiciarem uma leitura mais dinâmica do conjunto de respostas individuais, e foram analisadas na perspectiva de desenvolvimento de uma visão holística do movimento que, para os propósitos empíricos desta pesquisa, permitiu uma triangulação com outros dados e fontes analíticas.

Incidentalmente, estas idas ao movimento geraram ricas oportunidades de observação participante e, embora não tivéssemos planejado o uso deste recurso metodológico, foram feitas anotações de campo também sobre estas ocorrências, por entendermos que poderiam ser úteis em algum momento da nossa análise. No entanto, por se tratar de um tipo de pesquisa na qual a amostra definida é de caráter intencional por conveniência, creditamos uma importância relativa a estas observações, uma vez

que mesmo tendo sido geradas a partir de uma visão *in loco*, pela ausência de um critério exclusivamente dirigido a esta forma de produção de dados, causam alguma influência na hora de verter os mesmos em objetos de análise.

### 3.2 – Apresentação e análise dos dados

#### 3.2.1 – A missão do MDC/MG numa perspectiva comparada

Inicialmente, com o intuito de desencadearmos a apresentação e análise dos dados, vale comentar alguns pontos referentes à missão do MDC, conforme apresentada pelo movimento:

A missão do MDC-MG é a proteção e defesa dos direitos das donas de casa e consumidores e a preservação do meio ambiente, de forma a contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população (MDC/MG, 2009).<sup>117</sup>

Este foco na defesa dos consumidores e ênfase na preservação do meio ambiente, está em consonância com os princípios defendidos pela *Consumers International* (CI) que, como já vimos, é uma rede de movimentos de consumidores que congrega entidades de 115 países, com cerca de 250 associações filiadas. Em 2006, a CI desenvolveu uma pesquisa com 115 organizações filiadas em várias partes do mundo, revelando que o consumo sustentável era o principal tema a ser trabalhado por estas entidades.<sup>118</sup> Definiu-se, assim, como um princípio geral, que,

A *Consumers International* (CI) reconhece que resolver as necessidades dos consumidores do futuro dependerá das mudanças que hoje se realizem até alcançar padrões de consumo mais sustentáveis.

Os consumidores estão crescentemente interessados em informação confiável acerca dos impactos ambientais, éticos e sociais, tanto dos produtos e serviços que consomem como acerca de como as empresas os proveem.<sup>119</sup>

Uma das primeiras publicações informativas do MDC, reimpressa desde o ano 2000, é a cartilha “*É Hora de Acabar com o Desperdício: a natureza agradece*”. Com o auxílio de fontes técnicas e científicas, esta cartilha traz informações acerca de:

---

<sup>117</sup> Fonte: <www.mdcmg.com.br> -- acesso em 11 de agosto de 2009.

<sup>118</sup> Fonte: <www.consumersinternational.org> – acesso em 11 de agosto de 2009.

<sup>119</sup> Fonte: <www.consumersinternational.org> – acesso em 11 de agosto de 2009.

reciclagem, dicas de compras, armazenamento e preparo de produtos alimentícios, remédios caseiros e orçamento doméstico. Todos estes temas estão em sintonia com uma reflexão a respeito do uso consciente dos recursos naturais, visando minimizar os impactos ambientais. Comparando-se com os princípios encampados pela CI, a partir da pesquisa de 2006, o MDC, como muitas outras organizações, individualmente antecipa-se a estes parâmetros ao definir sua missão a partir destas bases.

Uma evidência dessa aproximação com a temática ambientalista é a participação do MDC/MG na campanha “Por um Brasil Livre de Transgênicos”, promovida conjuntamente por diversas entidades, ambientalistas e de consumidores. Em 11 de fevereiro de 2008, o MDC, em nome do Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC) e do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC) enviou um ofício ao Ministro da Justiça solicitando que ele se posicionasse “contra a liberação dos referidos milhos transgênicos” e que apoiasse os Ministérios da Saúde e do Meio Ambiente “para exigir que sejam realizados mais estudos para avaliação dos riscos à saúde e ao meio ambiente” (fonte: MDC DOC 8).

### 3.2.2 – “Um grito se ouviu em Minas Gerais”: *surgimento e histórico do MDC/MG*

O MDC/MG foi fundado a partir dos modelos de entidades existentes na Europa e nos Estados Unidos. A primeira diretoria foi eleita em 13 de setembro de 1983, passando a se chamar Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais no ano de 1997, com a aprovação do novo estatuto. Em fevereiro de 2007 o MDC foi reconhecido oficialmente como uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), permitindo-lhe celebrar contratos e parcerias com órgãos governamentais, o que possibilitou a expansão da oferta de serviços, bem como o financiamento para algumas campanhas e publicações informativas.

A página do movimento na *Internet* informa alguns dados adicionais:<sup>120</sup>

O MDC/MG integrou o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, participando da definição das Políticas de Proteção e Defesa do Consumidor. Em 1988 capitaneou a campanha de assinaturas que se destacou entre uma das maiores emendas populares (trezentos e noventa mil assinaturas) para inclusão no novo texto constitucional à proteção de defesa do consumidor e também

---

<sup>120</sup> Fonte: <[www.mdcmg.com.br](http://www.mdcmg.com.br)> -- acesso em 11 de agosto de 2009.



facultando às donas de casa a inserção no sistema da previdência social. Hoje, é parte integrante do Sistema Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor.

Além desse espectro de atividades integradas com outras entidades ou agências públicas, o MDC articulou uma série de ações que contribuíram para a criação de uma organização típica do setor consumerista: atendimento jurídico; pesquisas de preços; encaminhamento de denúncias quanto ao aumento abusivo de preços; palestras; além das formas mais conhecidas de pressão como protestos e passeatas; ou formas diversificadas e criativas de informação, como, por exemplo, a promoção de produtos alternativos, conforme relata uma entrevistada, referindo-se ao boicote à carne bovina, devido ao seu alto preço, no período do governo Sarney (1985-1990):

Assim, para introduzirmos mais uma alternativa para a carne bovina, pensamos em ensinar a dona de casa a trabalhar a soja, e programamos uma degustação de bolinho de carne de soja, quibe de soja, leite de soja, refresco de soja, na Praça Sete, às três horas da tarde. As barracas foram armadas, levamos tudo em bandejas lindamente arrumadas, levamos cópias das receitas das diversas iguarias, e de como trabalhar a soja. O cheirinho delicioso dos quitutes esparramou-se pela Praça atraindo a multidão de passantes (Maria do Céu).<sup>121</sup>

Este exemplo, denota o aspecto que mais caracterizou a imagem pública do MDC/MG, as atividades desenvolvidas na rua, tendo a Praça Sete como o polo irradiador das passeatas, da distribuição de material informativo, da exposição ou demonstração de receitas alternativas etc. Esta mesma entrevistada afirmava na primeira entrevista em 2007:

Nas nossas campanhas, a gente saía da nossa sede caminhando pela Av. Afonso Pena e íamos até a Praça Sete e lá nós fazíamos então a reunião com toda a população, explicando as coisas, falando... Nós consideramos a Praça Sete a nossa casa e lá nós fazíamos constantes campanhas de esclarecimentos, de receitas alternativas, etc. (Maria do Céu).<sup>122</sup>

Este uso simbólico de um espaço público é marcante na história do MDC, como é bem exemplificado pela principal campanha do movimento: no mesmo ato público no qual o Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais recolheu assinaturas para a emenda popular de aposentadoria das donas de casa, entregue em outubro de 1988, foi também feito um convite aos populares para que assinassem um segundo abaixo-assinado sugerindo uma emenda popular que incluía o direito do consumidor na Constituição de 1988 – portanto, fora coletado o mesmo número de assinaturas para esta segunda proposta. O MDC/MG foi vitorioso nos dois pleitos. O argumento de uma das entrevistadas confirma essa combinação das duas lutas, bem como a centralidade que o movimento conferiu aos dois temas naquele período:

... daí a necessidade que o Movimento percebeu de lutar por uma lei específica que protegesse e defendesse o consumidor e, por conseguinte, a dona de casa e

<sup>121</sup> Entrevista realizada em 19 de junho de 2009.

<sup>122</sup> Entrevista realizada em 14 de novembro de 2007.

toda a população. Fizemos uma campanha muito grande na Constituinte de 1988. Junto com São Paulo,<sup>123</sup> levamos até o Congresso 390 mil assinaturas, Lucia Pacífico defendeu-nos na tribuna da Câmara. Convidada pelo Presidente Ulysses Guimarães, defendeu por duas vezes esse projeto de lei do Código de Defesa do Consumidor e, nessa época, levamos também uma outra reivindicação que foi a aposentadoria da dona de casa porque, na época, a dona de casa não podia se aposentar... e nós temos aqui uma associada nossa que foi aposentada como dona de casa, ela conseguiu contribuir e se aposentou como dona de casa (Maria do Céu).<sup>124</sup>

O primeiro pleito (o reconhecimento do direito de aposentadoria das donas de casa) foi regulamentado através da Emenda Constitucional nº. 47/05. O segundo pleito foi explicitamente tratado no texto constitucional através dos Artigos V (inciso XXXII – “*o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor*”) e Artigo 170, que trata da ordem econômica e seus fundamentos, no parágrafo V,<sup>125</sup> e, comparando-se com outros artigos da Constituição, a regulamentação do Artigo V se deu num tempo muito abreviado, sendo aprovada a Lei 8078/90 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor – CDC), em 11 de setembro de 1990.

No caso do Código do Consumidor, o dispositivo constitucional foi apenas o primeiro passo para a consolidação de um aparato jurídico e institucional de defesa do consumidor: que inclui a criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – regulamentado em 1997 com o Decreto 2181; e a criação de juizados especiais da relação de consumo e delegacias do consumidor; além da ampliação do raio de ação dos Ministérios Públicos Estaduais. Os passos seguintes, de 1988 até 11 de setembro de 1990, foram marcados por uma série de reuniões e eventos promovidos pela equipe de elaboração, a cargo do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, que veio a ser

---

<sup>123</sup> Embora não mencione, ela está se referindo principalmente ao Procon SP (criado em 1977) – altamente atuante no período, mesmo com a ausência de uma lei específica.

<sup>124</sup> Entrevista realizada em 14 de novembro de 2007.

<sup>125</sup> O texto integral deste Artigo trata da ordem econômica, para efeito comparativo, mencionamos o inteiro teor: Art. 170. *A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios: I - soberania nacional; II - propriedade privada; III - função social da propriedade; IV - livre concorrência; V - defesa do consumidor; VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; VII - redução das desigualdades regionais e sociais; VIII - busca do pleno emprego; IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei* (Constituição Federal, 1988).

substituído, após a aprovação da Lei, em 1990, pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC). Outra entrevistada informa sobre esta participação,

Participamos, enquanto conselheira do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, das primeiras discussões e do primeiro projeto de lei sobre a matéria. Tivemos voz e vez nestas discussões. Portanto, valeu (Lúcia Pacífico).

<sup>126</sup>

O MDC/MG esteve presente em vários desses momentos, participando de congressos e reuniões para a elaboração do texto, passeatas e manifestações para acelerar a votação no Congresso Nacional e recolhendo assinaturas nas ruas de Belo Horizonte, conforme comenta um membro do MDC, a respeito das ações para a aprovação do Código,

Dessa mobilização e com o *referendum* popular de mais de 15 mil assinaturas recolhidas nos quatro cantos da cidade em menos de oito dias, resolvemos ir a Brasília entregar ao presidente do Congresso, senador Nelson Carneiro, e às lideranças partidárias, as assinaturas anexadas da Carta aos Congressistas, assim como fomos ao Planalto levar o nosso apoio às medidas de combate à inflação (citado em: Stockler, 2008, p. 97).

A relevância da atuação dos movimentos sociais durante o período pré-constitucional tem sido bastante evidenciada e debatida por vários autores. Contudo, os movimentos de consumidores pouco aparecem nas produções acadêmicas. No entanto, não se pode negar o lugar conquistado por estes movimentos, principalmente quando consideramos a evolução do tema, desde os anos 70, até a forma como foi rapidamente acolhido no Congresso Nacional nos anos 80, culminando na legislação hoje conhecida. Embora fossem pouco conhecidos e, algumas vezes confundidos entre si, tais movimentos foram o braço da sociedade civil nas reuniões da comissão que elaborou o CDC, conforme relato de uma parlamentar da época,

Não existiam órgãos de proteção no Estado [Rio de Janeiro], nem mesmo o Procon do Rio havia sido criado. Na verdade, apenas três movimentos conseguiam algum eco: o Procon de São Paulo, o Movimento das Donas de Casa de Minas Gerais e a Comissão Municipal de Defesa do Consumidor da Câmara Municipal do Rio de Janeiro... Ouso dizer que a difusão [do CDC] em Minas Gerais ocorreu a partir do trabalho do Movimento das Donas de Casa, não apenas por ajudar a torná-lo melhor compreendido na sua essência, como pela grande capacidade de mobilização do grupo (fala da parlamentar Laura Carneiro, in.: Stockler, 2008, p. 98).

<sup>126</sup> Entrevista realizada em 19 de junho de 2009.

As três entidades citadas, embora distintas, têm em comum o fato de terem se ocupado, cada uma a seu modo, em produzir informações e galgar razoável penetração nos meios de comunicação, além da atuação reconhecida pela sociedade na defesa dos direitos do consumidor. Contudo, destas três, a única entidade civil é o MDC. Por conseguinte, pode-se inferir que, dentre as entidades que participaram na elaboração do CDC, a sociedade civil fora representada por este movimento mineiro.

A coordenadora do Procon Municipal de Belo Horizonte, em 2007, destaca a importância destas organizações civis nos aspectos de mobilização dos consumidores e de educação para o consumo:

Ao longo do tempo e, diferentemente de todas as outras leis que foram instituídas no Brasil, aqui se consolidou primeiro o movimento dos consumidores de forma mais organizada e depois veio o Código de Defesa do Consumidor... então veja, o Movimento das Donas de Casa tem 23 anos e o Código do Consumidor tem 17. O Procon de São Paulo tem 30 e o Código tem 17. ou seja, havia um desejo desses consumidores em ter instrumentos capazes de exercer sua cidadania, de assegurar alguns direitos, enquanto, e na condição de consumidor. Então esses movimentos, eles ajudam a educar esse consumidor, a fazer com que ele exija mais... exija não só dos fornecedores, mas também do poder público (Stael Rianni).<sup>127</sup>

No início da década de 90, algumas das diversas frentes assumidas pelo MDC/MG alcançam visibilidade nacional e, como o movimento já era conhecido em todo o País, passa a aparecer na mídia não somente nas ocasiões em que ia às ruas ou aos supermercados para fiscalizar preços. Nos arquivos do MDC/MG há o registro das principais aparições do movimento em diversos programas de televisão e classificados por assunto (com a cópia das reportagens, principalmente em formato VHS). Dessa lista a qual tivemos acesso,<sup>128</sup> elaboramos dois gráficos comparativos, com a finalidade de descrever e ilustrar essa presença na mídia, permitindo uma leitura do período recortado. Optamos por selecionar uma amostra dentre aqueles registros de programas que foram veiculados nos meios televisivos e que especificam o ano, o veículo, o assunto e o nome do programa, e se foi transmitido em escala nacional ou local.

Antes de analisarmos os gráficos resultantes dessa amostragem, três observações são ainda necessárias, e se referem a uma sugestão nossa de periodização (de cunho exclusivamente analítica) da história do movimento, conforme segue:

---

<sup>127</sup> Entrevista realizada em 19 de novembro de 2007.

<sup>128</sup> Catalogada por nós como: MDC DOC 1 REPORT, 2008.

1) A época de projeção nacional do movimento (de 1983 a 1988). Neste período o MDC atua em diversas frentes e campanhas de promoção do tema e, como já vimos, protagoniza ações importantes que irão culminar na aprovação do tema do direito do consumidor na Carta de 88. Além disso, o modelo de “Movimento de Donas de Casa”, se espalha pelo território nacional: atualmente presente em 14 Estados e no DF. Nos Estados de Minas Gerais e na Bahia, o MDC possui também entidades municipais (dezessete em Minas e uma na Bahia).<sup>129</sup> Dentre as principais campanhas da época, temos a questão do preço da carne e a omissão da oferta desse produto, uma das ocorrências mais conhecidas do período da crise no governo do Presidente José Sarney (1985-1990). Conforme um dos relatos que colhemos dentre os membros do MDC, a abordagem dessa questão pelo movimento contribuiu em muito para torná-lo conhecido, uma vez que era constante a sua aparição na mídia:

Mais premente na época era mesmo a inflação e o vilão da história no momento era a carne... Porque o Brasil é o primeiro produtor de carne bovina do mundo mas, de repente, a carne desapareceu dos açougues, os bois desapareceram do pasto... e a gente sentiu a necessidade de ajudar a dona de casa com alternativas. Quais foram? O frango, o ovo, os legumes, e até a soja... etc. (Maria do Céu).<sup>130</sup>

2) Na década de 88-98, grande parte das ações do MDC se deu na educação para o consumo e na divulgação maciça do Código do Consumidor, através de palestras, peças teatrais e produção de cartilhas (além da atuação no esclarecimento e resolução de problemas individuais e de outras ações típicas do movimento, como as passeatas). A maioria dessas ações se deu principalmente em escolas de ensino médio e fundamental e faculdades.

A seguir, outra entrevista reporta tanto a percepção do movimento acerca da necessidade de atuar na educação para o consumo, quanto a forma pedagógica como as alternativas criadas pelo MDC são levadas à população:

Hoje a dona de casa é muito sabida, muito esperta, por exemplo, se ela vir um preço mais barato, uma promoção ou uma oferta... Ela já caminhou para um avanço, já evoluiu, no sentido de que ela faz rapidamente a conta para ver se realmente aquela oferta ou promoção são verdadeiras e se compensam, porque às vezes é uma oferta, mas de centavos, se ela tiver aquele produto perto de casa, ela não vai gastar condução, nem vai gastar tempo... Então, ela já sabe

---

<sup>129</sup> Fontes: <[www.mdcmg.com.br](http://www.mdcmg.com.br)> e <[www.mj.gov.br/dpdc](http://www.mj.gov.br/dpdc)>, consultas realizadas em 31/03/09.

<sup>130</sup> Entrevista realizada em 19 de novembro de 2007.

fazer rapidamente essa conta, essa previsão. Ensinamos também à dona de casa o que hoje é matéria dos economistas, que é o Orçamento Doméstico, planejamento familiar [a entrevistada está se referindo ao planejamento de gastos domésticos], agora, por exemplo, fizemos várias palestras para ensinar os consumidores a terem cuidado com esse crédito fácil demais, mas que, depois, deixa a pessoa no princípio do ano desorientada (Maria do Céu).<sup>131</sup>

3) O período de 1998 a 2006 é marcado pela presença do MDC/MG na linha de frente em vários temas como, por exemplo, a luta contra os serviços 0900 que exploravam, desde serviços eróticos a sorteios em dinheiro promovidos por várias emissoras de TV do Brasil, utilizando a imagem de artistas famosos, para dar “credibilidade” aos anúncios.<sup>132</sup> Há registros de ocorrências de consumidores que procuraram o MDC com cobranças exorbitantes nas contas telefônicas. Stockler (2008) menciona o caso de uma consumidora com uma cobrança de R\$ 4.000,00 (Stockler, 2008, p. 100).

Outro assunto que ganhou repercussão nacional foi o “caso do pão de queijo”: após ação da Vigilância Sanitária em 1999, que colocava em suspeita a sanidade das várias marcas comercializadas em Minas Gerais e no Brasil, o MDC solicitou ao *Inmetro* uma análise de dez marcas deste produto. O resultado das análises reprovou oito das dez amostras.

Neste período também houve uma elevação das ações de fiscalização e pesquisas de preços, fato que mereceu uma reportagem de meia página no jornal norte-americano *The Wall Street Journal*, em 7 de janeiro de 2003.<sup>133</sup>

Em suma, nessa terceira fase, o Movimento das Donas de Casa se mostra amadurecido e com um elevado nível de credibilidade, passando a incrementar suas ações típicas com frequentes idas ao judiciário e consultas a órgãos oficiais de análises técnicas e testes de produtos.

Com base na lista fornecida pelo MDC, criamos algumas categorias que nos permitissem quantificar os eventos e agrupá-los de acordo com a similitude em relação a estas categorias. O gráfico a seguir, referente às aparições ou citações do MDC em

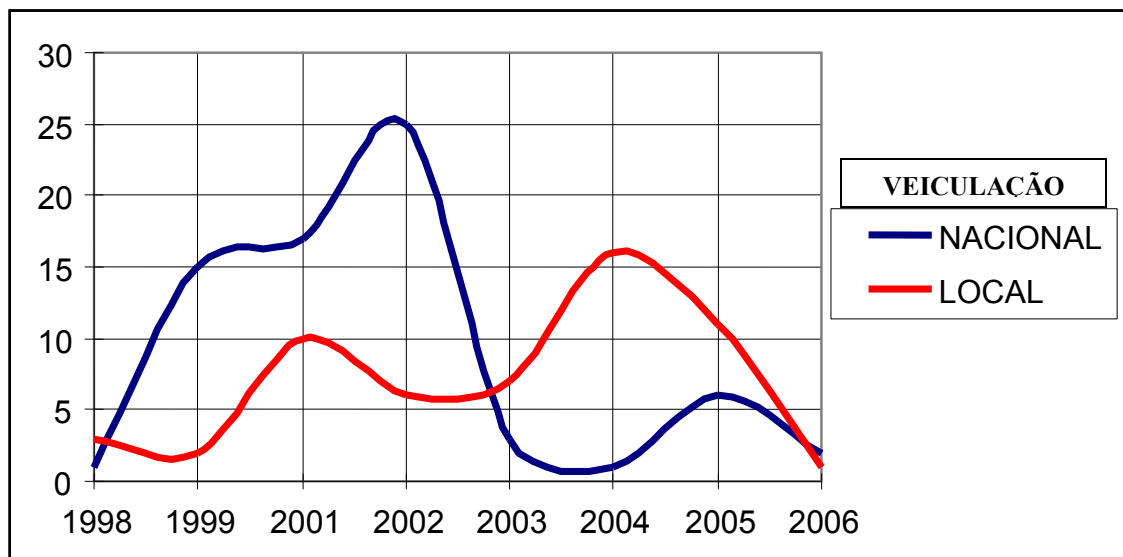
<sup>131</sup> Entrevista realizada em 19 de novembro de 2007.

<sup>132</sup> Faustão, Zagallo, Raul Gil, Hebe Camargo, dentre outros, são citados em reportagem do jornal Estado de Minas da época (“Faustão e sexo por um fio”, *Estado de Minas*, 17 de junho de 1998).

<sup>133</sup> A reportagem também menciona o papel da principal liderança do movimento no período da Constituinte: “Mrs. Pacifico played a key role in lobbying Brazil’s Congress to pass a consumer-protection code and a law entitling housewives to receive government retirement benefits” (“Brazil’s ‘Housewives’ Pinch Nation’s Pennies”, *Wall Street Journal*, 7 de janeiro de 2003 – fontes: Stockler, 2008, p. 186; e MDC DOC 6 WSJ).

reportagens televisivas, foi gerado a partir da categoria “veiculação” e retrata a frequência de reportagens, entrevistas, ou debates dos quais o MDC/MG participou no período recortado, em diversos canais de televisão de alcance local e nacional.<sup>134</sup>

GRÁFICO III – Aparições ou citações do MDC/MG em reportagens televisivas (98-06):



Fonte: elaboração própria com base em MDC DOC 1 REPORT, 2008.

Há uma curva ascendente muito elevada nas aparições ou citações em reportagens de caráter nacional entre 1999 e 2002, caindo em 2003, período em que cresce a presença nos programas locais. No primeiro caso, a elevada frequência na mídia nacional está relacionada, principalmente, com as ações de fiscalização e pesquisas de preços (prática ainda pouco conhecida no Brasil naquele período), conforme demonstrará o próximo gráfico – os temas recorrentes são o custo da cesta básica, aumento de preços, fiscalização de preços, as lutas contra o serviço 0900, contra a maquiagem de produtos e a questão da contaminação do pão de queijo. Por outro lado, o crescimento da presença na mídia local a partir de 2003, está diretamente relacionado com o aumento das ações de educação para o consumo, conforme fora relatado por uma entrevistada:

[Quando o Código foi aprovado], nós sentimos a necessidade de fazermos a educação para o consumo, porque não havia nada nesse sentido... Nós fomos pioneiras na pesquisa, ensinamos donas de casa e consumidores a pesquisar preços e qualidades dos produtos (Maria do Céu).<sup>135</sup>

<sup>134</sup> Os veículos citados são: TV Globo; Globo News; Tv Bandeirantes; Band News; Sistema Brasileiro de Televisão (SBT); TV Record; TV Cultura; Rede TV; TV Minas; TV Câmara; TV Horizonte; TV Assembleia e TVC (fonte: MDC DOC 1 REPORT, 2008).

<sup>135</sup> Entrevista realizada em 19 de novembro de 2007.

O próximo gráfico explicita a variação da presença na mídia, de acordo com a temática em questão. Na amostra que fizemos, para efetuarmos uma distribuição de frequência, organizamos os assuntos em 10 categorias da seguinte forma:

#### QUADRO VII – categorização das reportagens sobre o MDC/MG

1 – alimentos (“*alimen.*”); 2 – financeiros (“*financ.*”); 3 – fiscalização / pesquisa de preços (“*fiscal.*”); 4 – habitação (“*habit.*”); 5 – produtos (“*produtos*”); 6 – saúde (“*saúde*”); 7 – serviços (“*serviços*”); 8 – campanhas, informação e educação para o consumo (“*camp.*”); 9 – Ações Cíveis Públicas (“*ACP*”); 10 – outros, entrevistas sem indicação do tema, protestos, passeatas (“*outros*”).

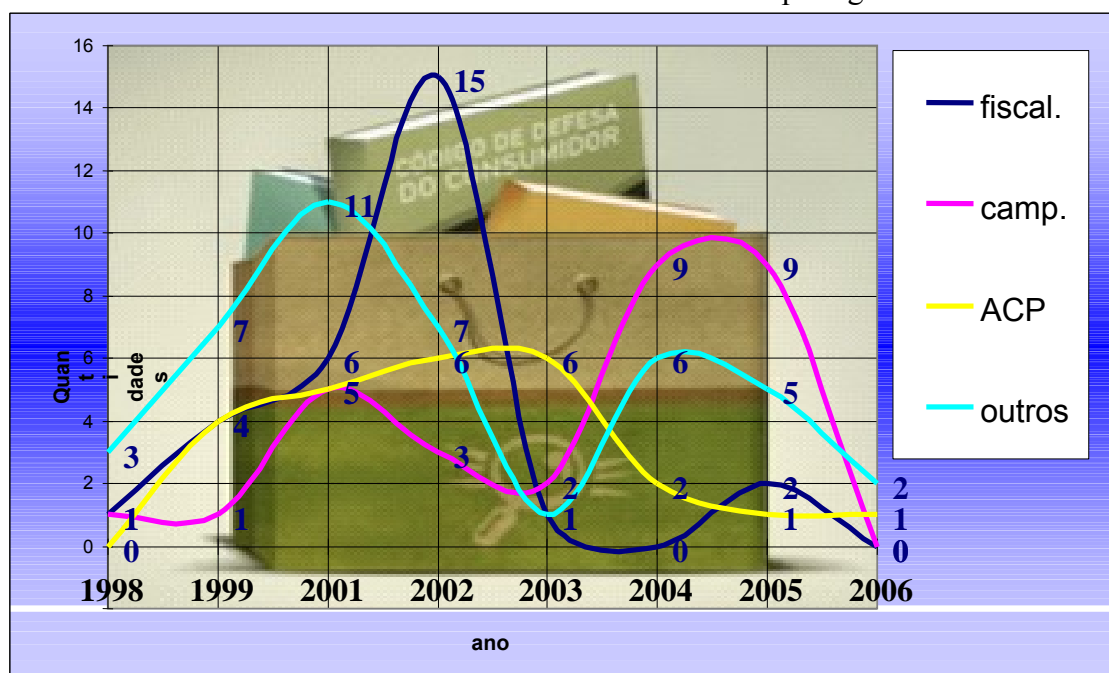
Fonte: elaboração do autor a partir de MDC DOC 1 REPORT, 2008.

Para a criação dessas categorias, utilizamos as referências internacionais do direito do consumidor (direito à saúde, à proteção, à segurança, à informação) citadas na Resolução 39/248-1985 (da Assembleia-Geral da ONU – *Guidelines for Consumer Protection*), além de referências locais como Ações Cíveis Públicas e, na última categoria, temas gerais que não podem ser incluídos nas categorias anteriores. Para o efeito de analisar a presença nos meios de comunicação, após finalizarmos a tabela de frequência com todas as categorias criadas, fizemos o gráfico comparativo apenas com aquelas categorias que tratam de questões que se referem a interesses coletivos, são elas: fiscalização e pesquisa de preços (categoria 3: “*fiscal.*”); campanhas, informações e divulgação do CDC (categoria 8: “*camp.*”); Ações Cíveis Públicas movidas pelo MDC/MG, ou em parceria com outros órgãos (categoria 9: “*ACP*”); e temas gerais que repercutiram na mídia, tais como passeatas, campanhas, entrevistas de esclarecimentos e etc. (categoria 10: “*outros*”).

Outra consideração diz à área de leitura do gráfico, cujo recorte está no intervalo entre 1999 e 2005. O gráfico resultante da comparação é o seguinte:



GRÁFICO IV – Assuntos abordados nas reportagens



Fonte: elaboração do autor a partir de MDC DOC 1 REPORT, 2008.

As ações de fiscalização e pesquisa de preços têm o seu ponto mais elevado exatamente no ano de 2002 (“fiscal.”), período em que o tema vem à tona na mídia nacional, conforme demonstra o gráfico anterior. Em 2001, o assunto que projeta o MDC/MG na mídia, também em caráter nacional, é, segundo a categoria 10 (“outros”), referente primordialmente às passeatas, protestos e entrevistas sobre assuntos variados, geralmente de esclarecimento ou orientação.

No período de 2003 a 2005, ao contrário, o movimento passa por uma retração da presença na mídia nacional, porém, crescendo, ao mesmo tempo, sua presença na mídia local, ocupando espaço principalmente com temas referentes a informação sobre os direitos dos consumidores e campanhas visando a promoção de formas alternativas de consumo (“camp.”). As referências televisivas às Ações Civas Públicas (“ACP”) têm uma leve variação ascendente no período de 1999 até meados de 2004, período no qual foram movidas diversas ações, muitas em parceria com o Procon Estadual, Procon Municipal de Belo Horizonte, ou Ministério Público de Minas Gerais.

O período posterior a 2005, por não constar no documento original e, portanto, em nossa amostra, é mencionado em todas as entrevistas que fizemos e, por apontar as tendências até os dias atuais, pode ser sintetizado na fala de uma das entrevistadas:

Agora a gente tem até muitos parceiros: temos todos os Procons; temos os Ministérios Públicos; temos o Juizado de Pequenas Causas, que agora é de Relações de Consumo; temos a Defensoria Pública... *Tudo isso diluiu um*

*pouco o foco que havia só no movimento e a imprensa em geral sempre nos deu muita cobertura, porque sentiu, desde o primeiro momento, a credibilidade, o ideal e a paixão que a gente sempre teve no que a gente fazia. Todas as nossas atividades eram e ainda são acompanhadas pela mídia (Maria do Céu).<sup>136</sup>*

As palavras acima sinalizam uma possível tendência que veio a se confirmar nos anos seguintes. Se tomarmos o caso de Belo Horizonte que, podemos dizer, é uma das poucas capitais que conta com uma estrutura tão ampla de defesa do consumidor,<sup>137</sup> podemos perceber que, e também conforme sugere a fala da entrevistada, a presença do tema dos direitos do consumidor na mídia está relativamente diluído entre estes órgãos.

Quando se trata de prestar informações ou esclarecimentos sobre temas gerais, o Procon Municipal tem sido atualmente um dos órgãos mais procurados, ocupando, nos últimos três anos, espaços também em reportagens de veiculação nacional. No entanto, para além de constituir um problema, este guarda-chuva protetivo que está à disposição do consumidor belo-horizontino, pode ser entendido como um dos resultados mais palpáveis das ações desencadeadas a partir da sociedade civil – e, quanto a isso, não há como negar o protagonismo do Movimento das Donas de Casa.

---

<sup>136</sup> Entrevista realizada em 19 de novembro de 2007.

<sup>137</sup> A saber: Procon Estadual (coordenado pelo Ministério Público); Procon Assembleia (órgão da Assembleia Legislativa de Minas Gerais); Procon Municipal (coordenado pela Prefeitura de Belo Horizonte); Delegacia do Consumidor; e Juizado Especial das Relações de Consumo; além das comissões de Direitos Humanos e Defesa do Consumidor, da Câmara Municipal; e da Comissão Permanente de Defesa do Consumidor e do Contribuinte, da Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta exposição, buscamos delinear questões que nos permitissem alcançar uma descrição, o mais equivalente possível, do fenômeno consumerista no Brasil. Remontando ao título que escolhemos para esta dissertação, podemos verificar que, diferentemente das formas usuais de análise sobre os movimentos sociais brasileiros, que em maior volume se debruçou sobre os movimentos populares, há um campo ainda pouco explorado acerca de outros movimentos igualmente importantes que, no entanto, não têm sua origem no campo popular, isto é, nos chamados movimentos de base [*grass roots*] e que, portanto, demandam outras considerações teóricas, além daquelas mais fixadas nos principais temas da teoria dos novos movimentos sociais (desenvolvida em grande parte na Europa). De certo modo, podemos inferir que esta inclinação do meio acadêmico pelos movimentos populares, que perdurou até os anos 90, e mediadas por uma interpretação de cunho mais estrutural, fez com que outras formas de ação coletiva e processos de micromobilização só mais recentemente viessem a ser consideradas. Mesmo assim, não pudemos localizar, no âmbito das ciências sociais na Brasil, pesquisas voltadas para a análise de movimentos de consumidores.

Essa ausência, sem dúvida, deixa questões sem respostas, principalmente pela falta de uma matriz teórica que pudesse ao menos ser aqui debatida. Portanto, como uma rota que consideramos viável, desenvolvemos esta dissertação enfatizando a importância da teoria da mobilização política, por entendermos que esta, mais do que uma revisão da teoria da mobilização de recursos, e que incorpora elementos importantes da teoria dos novos movimentos sociais, permite-nos ver estes movimentos enquanto formas de ação coletiva. Assim, a abordagem proposta por Zald, considerando-se o rol de novas questões incorporadas em sua análise, apresentou-se como uma boa lupa para uma visão destes movimentos em escala ampliada.

Contudo, para o caso dos movimentos brasileiros, ainda há limitações quanto ao desenvolvimento de uma perspectiva que permita analisá-los a partir da conjuntura peculiar, que envolve a transição de um regime de governo autoritário para um governo democrático e os concomitantes processos participativos daí decorrentes – bem como as possíveis questões acerca de como estes atores estão ou não integrados à dinâmica

democrática em sua expressão mais debatida atualmente nos meios acadêmicos: a participação.

O alcance desta pesquisa nos permitiu apenas explicar acerca da participação da nossa unidade de análise nestes processos citados que, dito de forma simplificada, podem ser considerados como geradores de oportunidades políticas, ao mesmo tempo em que propiciou ao movimento de consumidores criar suas próprias oportunidades.

Além desses limites no campo analítico, pudemos observar que quantos às proximidades, o consumerismo, como observamos no Brasil a partir do exemplo do MDC/MG, guarda profundas semelhanças e conexões com o consumerismo internacional. No entanto, há características particulares, decorrentes da conjuntura política e social que serviu como pano de fundo para o desenvolvimento do assunto em nosso país, iniciando-se com as críticas aos sistemas de pesos e medidas e à carestia e, a partir dos anos 80, desenvolvendo-se numa modalidade de ação a partir de organizações focadas no tema do direito dos consumidores.

Ao visitarmos brevemente a história do ativismo consumerista no Brasil, pudemos identificar vínculos destes movimentos com outros movimentos sociais. Podemos, portanto, apresentar uma síntese histórica da seguinte forma:

a) Um momento fundante, no qual os movimentos são esporádicos e com uma visão pouco clara do consumidor. Neste período, o foco das ações estava mais dirigido para questões imediatas como a carestia ou o custo de vida, e tinham como alvo o poder governante – o que colocavam em questão era a necessidade do governo “socorrer” aos menos favorecidos. Estes movimentos foram marcados pela presença das camadas populares e poucas vezes, ou quase nunca, era mencionado o “consumidor” como um agente e sim o trabalhador, o pobre e etc. Essa figura do indivíduo portador do direito à proteção na relação de consumo era fraca social, jurídica e culturalmente.

b) Um momento no qual o tema do consumidor ainda não está consolidado, mas as ações já sugerem até mesmo reformas na esfera política – é o caso do Movimento do Custo de Vida (MCV) que, durante os anos 70, se consolida a partir de um discurso do qual também faz parte o vocábulo *democracia*, e é caracterizado enquanto um movimento popular (Doimo, 1995; Gohn, 2003). Essa década foi marcada ainda pela gestação de uma agência de defesa do consumidor, disseminada pelo país a partir dos anos 80: o Procon (fundado em São Paulo em 1976). Além disso, surgem algumas associações civis, como a Associação de Proteção do Consumidor do Rio Grande do Sul (APC/RS), em 1976, já com características similares às principais entidades

internacionais. Estes dois modelos, distintos das ações de massa do MCV, colocam em questão, não apenas os problemas da carestia ou do custo de vida, mas também o próprio indivíduo como foco das suas ações. Essa alteração do eixo produz uma nova imagem do consumidor e, de forma substantiva, evidencia a necessidade de um aparato universal de proteção. Ao considerar todo e qualquer cidadão portador de direitos, o problema da relação de consumo não se limita mais, e apenas, ao custo de vida e à carestia. Em consequência, esse modelo favorece a adesão das classes médias às campanhas consumeristas e os dois tipos de ação passam a existir simultaneamente: um tipo de mobilização de caráter sociopolítico, por vezes se expressando através de formas de conflito, e o nascente modelo de “judicialização” dos conflitos, de caráter institucionalizado e consensual. Nos anos 80, este segundo modelo ganha força e, dado que pode vocalizar com maior precisão as demandas, passa a contar com maior participação da classe média e de intelectuais (geralmente da área jurídica), dirigindo o seu discurso para o campo do direito. Por outro lado, o movimento de caráter mais sociopolítico, orientado pela luta contra a carestia (estes, inicialmente acolhidos na Teologia da Libertação), “orfaniza-se” do campo religioso e passa a ser absorvido por partidos políticos de esquerda que, por força ideológica, suprimem o tema central do movimento em função de uma agenda política dirigida para os interesses dos trabalhadores (conforme fora analisado por Doimo: 1995, p. 96).

c) Um momento de afirmação e definição do campo do conflito. A partir de meados dos 80, podemos falar de movimentos sociais dedicados exclusivamente ao tema do consumidor. Creditamos tal ocorrência a dois fatores: o fortalecimento da noção de “direitos do consumidor” (concomitante à disseminação do modelo “Procon”); o surgimento e fortalecimento de entidades que, embora atuando não-partidariamente, participam intensamente da vida política do Brasil. Notadamente, daquela década até início dos anos 90, ocorrem os principais processos políticos que favorecem a organização destes movimentos: a volta da democracia; a Assembléia Constituinte; e a aprovação do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em 1990. Nestes três momentos, podemos dizer, os movimentos de consumidores atuaram decisivamente e, por centralizar o seu tema (descartando as generalizações geralmente ancoradas em ideologias partidárias), puderam participar desse importante momento da vida política do País, focados na questão nova, até então, dos direitos do consumidor. Mesmo com divergências, as entidades existentes e aquelas que surgem na década de 80, se organizam em torno desta “causa” e, de modo unívoco, fazem chegar ao Congresso

Nacional as principais reivindicações para a defesa do consumidor. Considerando, portanto, o importante momento de efervescência e de grande mobilização política, podemos perceber desde os anos 80 as maiores e principais conquistas do consumerismo brasileiro. Assim, até os nossos dias, assistimos a uma estabilização no sentido de que estes movimentos agora têm um forte apoio legal.

Nesta pesquisa, supomos também ter realçado satisfatoriamente a forma como o Estado, com a emergência destes atores e reconhecendo sua importância e protagonismo, dispõe mecanismos de fomento e organização do setor, com o exemplo da criação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor. Assim procedendo, a esfera estatal canaliza as demandas e emerge, ao mesmo tempo, enquanto um ator que potencializa o consumerismo.

Portanto, nesta abordagem do fenômeno consumerista no Brasil, identificamos uma via teórica que permite analisar as questões referentes às ações coletivas e organizacionais aqui desenvolvidas; sintetizamos uma diferenciação entre as atribuições dos órgãos públicos ou estatais e as possíveis interlocuções com as associações civis; e explicitamos aspectos relevantes do campo organizacional no qual estas entidades surgem, operam, estabelecem disputas e conflitos e / ou constroem tréguas e consensos. Conforme foi explanado com dados e análises teóricas, o Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais apresenta-se como uma unidade representativa do fenômeno, especialmente pelo nível de interlocução que desenvolve com órgãos públicos e outras entidades do setor, contudo, sem abandonar as formas de mobilização e protestos que marcaram a sua fundação.

Além disso, pudemos observar que o MDC tem como parâmetro de ação, além do foco na defesa do consumidor, uma ênfase muito específica na questão do meio ambiente. Em razão da adoção desse eixo, como parte do seu espectro discursivo, este movimento está em sintonia com as principais orientações internacionais do consumo sustentável, vinculando-se às entidades ambientalistas, como uma tendência. Numa palavra, a notória identificação do MDC com as questões mais gerais do consumerismo, bem como sua identificação com a temática ambiental, indicam a tendência mais atual que se refere ao aprofundamento do consumo ético como a possível nova palavra de ordem nas agendas ambientalistas e consumeristas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Livia (2006). “Cultura, consumo e identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea”. In.: BARBOSA, L.; e CAMPBELL, Colin (org.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, Editora FGV, 2006 (3ª. Reimpressão, 2009), pp. 107-138.
- \_\_\_\_\_. (2006). “O consumo nas ciências sociais”. In.: BARBOSA, L.; e CAMPBELL, Colin (org.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, Editora FGV, 2006 (3ª. Reimpressão, 2009), pp. 21-46.
- BARBOSA, Ma. Ligia de Oliveira; OLIVEIRA, Márcia G. M.; QUINTANEIRO, Tânia (2003). *Um Toque de Clássicos: Marx, Durkheim e Weber*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 2003 (2 ed.).
- BAUMAN, Zygmunt (2008). *Vida para o Consumo* (trad.: Carlo Alberto Medeiros). Rio de Janeiro, Zahar, 2008.
- BOLTANSKI, Luc; e CHIAPELLO, Ève. *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*. Paris, Gallimard, 1999.
- BRASIL. [Código de Defesa do Consumidor (1990)]. *Código de Proteção e Defesa do Consumidor e Decreto N. 2.181, de 20 de março de 1997*. Ed. rev. e ampl. Brasília, Senado Federal, 1997.
- BURGOS, Raúl (2007). “Da democratização política à radicalização da democracia: novas dimensões estratégicas dos movimentos sociais”. In: DAGNINO, Evelina; e TATAGIBA, Luciana (org.). *Democracia, Sociedade Civil e Participação*. Chapecó, Argos, 2007, pp. 127-166.
- CAMPBELL, Colin (2001). *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno* (trad.: Mauro Gama). Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- \_\_\_\_\_. (2006). “Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno”. In.: BARBOSA, L.; e CAMPBELL, Colin (org.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, Editora FGV, 2006 (3ª. Reimpressão, 2009), pp. 47-64.
- CANCLINI, N. Garcia (1995). *Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. (Tradução: Maurício S. Dias e Javier Rapp). Rio de Janeiro, UFRJ, 1995.
- CANEL, Eduardo (2005). “New Social Movement Theory and Resource Mobilization Theory: The Need for Integration”. In.: The International Development Research Centre, Canadá, 07 de janeiro de 2005 (documento eletrônico). Disponível em: <[http://www.idrc.ca/en/ev-54446-201-1-DO\\_TOPIC.html](http://www.idrc.ca/en/ev-54446-201-1-DO_TOPIC.html)>.
- CASTELLS, Manuel (2008). *O Poder da Identidade* (trad. Klauss B. Gerhardt). São Paulo, Paz e Terra (6 ed.), 2008.
- COHEN, Jean (1985). “Strategy or Identity: New Theoretical Paradigms and Contemporary Social Movements”. In.: *Social Research*, vol. 52, n. 4, 1985.

- \_\_\_\_\_; ARATO, Andrew. (1992). *Civil Society and Political Theory*. Massachusetts, MIT, 1992.
- COSTA, Sérgio (1997). “Movimentos sociais, democratização e a construção de esferas públicas locais”. In: RBCS, vol. 12, no. 35, out/1997.
- DAGNINO, Evelina (org.). *Sociedade Civil e Espaços Públicos no Brasil*. São Paulo, Paz e Terra / UNICAMP, 2002.
- DOIMO, Ana Maria (1995). *A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação política no Brasil pós-70*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará/ANPOCS.
- FERREE, Myra Marx (1992). “The Political Context of Rationality: Rational Choice Theory and Resource Mobilization”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale University Press, 1992, pp. 29-52.
- FILHO, Gino Giacomini (1991). *Consumidor versus propaganda*. São Paulo, Summus, 3. ed., 1991.
- FONTENELLE, Isleide Arruda (2003). “Consumidor: um ‘sujeito proteu’?”. In.: ZILLOTTO, Denise M. (org). *O consumidor: objeto da cultura*. Petrópolis, Vozes, 2003, pp. 102-119.
- \_\_\_\_\_. (2006). “Consumo Ético: construção de um novo fazer político?”. In.: *Revista Psicologia Política*, FGV/EAESP, Vol. 6, Nº 12 (2006).
- FRIEDMAN, Debra; McADAM, Doug (1992). “Collective Identity and Activism: Networks, Choices, and the Life or a Social Movement”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale University Press, 1992, pp. 156-173.
- GAMSON, William (1992). “The Social Psychology of Collective Action”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale University Press, 1992, pp.53-76.
- GOHN, Maria da Glória (2003). *História dos Movimentos e Lutas Sociais: a construção da cidadania dos brasileiros*. São Paulo, Loyola, 3 ed., 2003.
- \_\_\_\_\_. (2004). *Movimentos Sociais no Início do Século XXI: antigos e novos atores sociais*. Petrópolis, Vozes, 2 ed., 2004.
- \_\_\_\_\_. (2007). *Teoria dos Movimentos Sociais: Paradigmas clássicos e contemporâneos*. São Paulo, Loyola, 6 ed., 2007.
- \_\_\_\_\_. (2008). *Novas Teorias dos Movimentos Sociais*. São Paulo, Loyola, 2008.
- GRESSLER, Lori Alice (2004). *Introdução à Pesquisa: projetos e relatórios*. São Paulo, Loyola, 2004.
- GRINOVER, Ada Pellegrini (1995). *Código Brasileiro de Defesa do Consumidor: comentado pelos autores do anteprojeto*. 4. ed. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1995.
- HABERMAS, J. (2003). *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. (Tradução: Flávio Beno Siebeneichler). Rio de Janeiro, Editora Tempo Brasileiro, 2 ed., vol II, 2003.



- HARRISON, R.; NEWHOLM, T.; SHAW, D. (2006 [org.]). *The Ethical Consumer*. Londres, Sage Publications, 2006.
- HARRISON, Rob (2006). “Pressure Groups, Campaigns and Consumers”. In.: HARRISON, R.; NEWHOLM, T.; SHAW, D. (2006 [org.]). *The Ethical Consumer*. Londres, Sage Publications, 2006, pp. 55-68.
- HILTON, Mathew (2003). *Consumerism in Twentieth-Century Britain*. Londres, Cambridge University Press, 2003.
- \_\_\_\_\_ (2007). “Social activism in a age of consumption: the organized consumer movement”. In.: *Social History*, vol. 32 No. 2, maio de 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/03071020701245751>> acesso em 07 de agosto de 2009.
- JUSTIÇA, Ministério da (2006). *Código de Proteção e Defesa do Consumidor e Decreto no. 2181, de 20 de março de 1997*. Brasília, SDE/DPDC, 2006.
- KAUCHAKJE, Samira (2002). “A Academia e a Participação Social no Brasil”. In.: *Educação Temática Digital*, Campinas, v. 4, n. 1, pp. 97—109, dez. 2002.
- LANG, Tim; e GABRIEL, Yiannis (2006). “A Brief History of Consumer Activism”. In.: HARRISON, R.; NEWHOLM, T.; SHAW, D. (org.). *The Ethical Consumer*. Londres, Sage Publications, 2005, pp. 39-53.
- MANCEBO, Deise, *et all.* (2002). “Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas”. In.: *Estudos de Psicologia*, 2002, 7(2), 325-332.
- McCARTHY, John D.; e ZALD, Mayer N. (1990). “Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory”. In.: McCARTHY e ZALD (org.). *Social Movements in a Organizational Society: collected essays*. New Brunswick (Nova Jersey), Transaction Publisher, 1990, pp. 15-48.
- MEDAUAR, Odete. “Direitos Difusos Referidos Diretamente à Administração Pública”. In.: *Filosofia Política: nova série*, 1 – L&PM, 1997, pp. 160-174.
- MELUCCI, Alberto (1978). “Société em Changement et Nouveaux Mouvements Sociaux”. In. *Sociologie et Sociétés*, vol. 10, nº. 2, 1978, pp. 37-54. Disponível em: <<http://id.erudit.org/iderudit/001496ar>> download em 25 de julho de 2008.
- \_\_\_\_\_ (1996). *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. Cambridge, CUP, 1996.
- MIRANDA, Glaucia Vasques de (et all.). “Movimentos de Mulheres”. In.: POMPERMAYER, M. José (org.). *Movimentos Sociais em Minas Gerais: emergência e perspectivas*. Belo Horizonte, Editora UFMG, 1987. pp. 169-204.
- MORRIS, Aldom (1992). “Political Consciousness and Collective Action”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale Univ. Press, 1992, pp. 351-374.
- MUELLER, Carol McClurg. “Building Social Movement Theory”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale Univ. Press, 1992, pp. 3-28.
- MUNCK, Geraldo L. (1997). “Formação de Atores, Coordenação Social e Estratégia Política: Problemas Conceituais do Estudo dos Movimentos Sociais”. In.: *Dados*, vol. 40, nº. 1, Rio de Janeiro, 1997.

- NEWHOLM, Terry *et ell.* (2006). “Philosophy and Ethical Consumption”. In.: HARRISON, R.; NEWHOLM, T.; SHAW, D. (2006 [org.]). *The Ethical Consumer*. Londres, Sage Publications, 2006, pp, 11-24..
- ONU (1985). *Guidelines for Consumer Protection*. Documento emitido em 9 de abril de 1985. Disponível em formato digital em: <<http://www.mj.gov.br/dpdc>> (acesso em 03/11/2006).
- PLOTKE, D. (1990). “What's so new about new social movements?”. In.: *Socialist Review*, 20(1), 81-102.
- PORTILHO, Fátima (2003). “Consumo verde, consumo sustentável e a ambientalização dos consumidores”. Unicamp/IFCH, 2003. Disponível em: <[www.uff.br/lacta/publicacoes/artigoFatimaPortilho.doc](http://www.uff.br/lacta/publicacoes/artigoFatimaPortilho.doc)> (acesso em 03 de maio de 2009).
- RAUD-METTEDI, Cécile (2005). “A construção social do mercado em Durkheim e Weber: análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica”. In: RBCS, vol. 20, no. 57 – fev/2005.
- REIS, Bruno P. W. (2003) “O Mercado e a norma: O Estado moderno e a intervenção pública na economia”. In: RBCS, vol. 18 no. 52 - jun/2003.
- SILVA, Lincoln T. (2003). “Produzindo o consumidor verde ou um ambiente cidadão?”. In.: ZILLOTTO, Denise M. (org). *O consumidor: objeto da cultura*. Petrópolis, Vozes, 2003, pp. 39-66.
- STOCKLER, Sérgio (2008 [ed.]). *Mas sem Perder a Ternura: a história dos 25 anos do Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais*. Belo Horizonte: [s.n.], 2008.
- TARROW, Sidney (1992). “Mentalities, Political Cultures, and Collective Action Frames: constructing Meanings through Action”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale University Press, 1992, pp. 174-202.
- \_\_\_\_\_ (1996). “States and Opportunities: The political structuring of social movements”. In.: McADAM, D.; McCARTHY, J. D.; ZALD, M.N. (ed.) (1996). *Comparative Perspectives on Social Movements*. Cambridge, CUP, 1996.
- TOURAINÉ (1995). “Beyond Social Movements”. In.: LYMAN, Stanford M. *Social Movements: Critiques, Concepts, Cases-Studies*. Nova York, New York University Press, 1995.
- \_\_\_\_\_ (2006). “Na Fronteira dos Movimentos Sociais”. In: *Sociedade e Estado*, Brasília, Brasília, v. 21, n.1, p. 17-28, jan./abr. 2006.
- WEISS, Robert F. *Learning From Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies*. **Free Press; 1 ed., novembro de 1995.**
- WEBER, Max [2009]. *Economia e Sociedade*. (Tradução: Regis Barbosa e Karen E. Barbosa). Brasília, Editora UNB (4. ed.), reimpressão 2009.
- ZALD, Mayer N (1992). “Looking Backward to Look Forward: Reflections on the Past and the Futures of the Resource Mobilization Research Program”. In.: MORRIS, Aldon D.; e MUELLER, C. McClurg (ed.): *Frontiers in Social Movements Theory*. New Haven e Londres, Yale Univ. Press, 1992, pp. 326-348.

- \_\_\_\_\_ (1996). "Culture, ideology, and strategic framing". In.: McADAM, Dough; McCARTHY, John D.; ZALD, Mayer N (org.). *Comparative Perspectives on Social Movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. Cambridge (U.K.), Cambridge University Press, 1996, pp. 261-274.
- \_\_\_\_\_; RAO, Hayagreeva; MORRILL, Calvin (2000). "Power Plays: How Social Movements and Collective Action Create New Organizational Forms". In.: *Research in Organizational Behaviour*, Volume 22 (2000) pages 239–282.

**CARACTERIZAÇÃO DOS DOCUMENTOS CONSULTADOS**

**MOVIMENTO DAS DONAS DE CASA E CONSUMIDORES DE MINAS GERAIS**

ORIGEM	ANO	NOME	CITAÇÃO	RESUMO
MDC/MG	2008	Registro de presença mídia nacional e local	MDC DOC 1 REPORT	Documento gerado a partir do catálogo de reportagens que fazem parte do acervo do MDC. Contém cópias de reportagens do período de 1998 a 2006 – sobre o movimento, sobre ações que o movimento desenvolveu ou entrevistas de orientação e esclarecimento sobre os direitos dos consumidores.
	2008	Relatório de Ações Cíveis Públicas	MDC DOC 2 ACP	Documento gerado a partir do catálogo de Ações Cíveis Públicas movidas pelo MDC.
	s/d	Fatos por ordem cronológica	MDC DOC 3 CRONO	Documentos originais, contendo uma cronologia dos fatos, por tipologia, de 1983 até 2005.
	2009	Assuntos abordados nas reportagens	MDC DOC 4 GRAFICO 1	Gráfico gerado a partir da categorização de MDC DOC 1 REPORT.
	2009	Aparições ou citações do MDC/MG	MDC DOC 5 GRAFICO 1	Gráfico gerado a partir da categorização de MDC DOC 1 REPORT.
	2003	Foto do <i>The Wall Street Journal</i>	MDC DOC 6 WSJ	Fotografia da página do jornal com reportagem sobre o MDC/MG: “Brazil’s ‘Housewives’ Pinch Nation’s Pennies”, Wall Street Journal, 7 de janeiro de 2003.
	2008	MDC MG pro Municípios	MDC DOC 7 ENTD	Tabela de unidades municipais do MDC/MG.
	2008	“Mas sem perder a ternura”	Bibliográfica	Publicação a partir do acervo documental do MDC/MG, produzido por ocasião da comemoração dos 25 anos do movimento. Trata-se de uma importante compilação de reportagens, iconografia, depoimentos e entrevistas com membros e simpatizantes do movimento. A publicação usou o recurso de 90 entrevistas, consulta a 21 publicações (panfletos, manuais, guias e etc. , voltados para o tema da educação para o consumo), além de apresentar amplamente o acervo iconográfico do MDC.
	2008	Ofício MDC/MG	MDC DOC 8	Ofício encaminhado ao Ministro da Justiça solicitando apoio na luta contra a liberação de duas variantes de milho transgênico.

## CONSELHO NACIONAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR

ORIGEM	ANO	NOME	CITAÇÃO	RESUMO
CNDC/MJ	1985	Relatório de atividades da Assessoria Nacional de Defesa do Consumidor	CNDC DOC 1	Concebida a partir do Programa Nacional de Desburocratização (PrND), a Assessoria de Defesa do Consumidor (criada em 1985), produziu vários relatórios das ações. O primeiro relatório produzido pela equipe do Ministério da Justiça que tinha como função, sobretudo, a coordenação, apoio e orientação aos órgãos de proteção do consumidor públicos e privados. O documento relata que, através da elaboração de documentos, palestras, entrevistas e etc., a Assessoria alcançou quase todas as metas traçadas, dentre elas: a criação do conselho Nacional de Defesa do Consumidor (CNDC); a elaboração das metas básicas do CNDC; instruções para a fundação de Associações de Proteção aos Consumidores; seis edições do “Cadernos do Consumidor”; Carta aos veículos de imprensa solicitando a abertura de espaços para assuntos relacionados ao consumidor; reuniões com líderes sindicais, DIEESE, Associações das Donas de Casa e outros, visando o engajamento da sociedade civil na luta contra a inflação e a especulação; solicitação de melhorias na SUNAB;
	1985/86	Relatório de atividades do CNDC - até fevereiro de 1986	CNDC DOC 2	Este documento cita o convênio celebrado com a Fundação João Pinheiro (MG) “ <i>Para o levantamento crítico de todos os órgãos de defesa do consumidor do Governo Federal</i> ”; Moção de protesto contra a destruição de leite em MG; “realização de ampla campanha publicitária fomentando a organização comunitária dos consumidores.
	1986/ago	Relatório de atividades do CNDC - agosto de 1986	CNDC DOC 3	Este documento ressalta que “sem imprensa e comunidade não há como implantar a defesa do consumidor”. Estabelece como meta para 1987 a implantação de órgãos estaduais, municipais, e comunitários, de defesa do consumidor. Ressalta, este relatório, o propósito de intensificar as ações para promover a criação de entidades civis; a participação de entidades civis em atos integrados de fiscalização e etc.

	1986/dez	Comunicado à imprensa CNDC - reclamações de consumidores por estados de maio a novembro de 1986	CNDC DOC 4	Extrato: “ <i>O Conselho Nacional de Defesa do Consumidor – CNDC/MJ, através de sua secretaria executiva, programou trabalhar junto aos governos estaduais, municipais e comunidade em geral no sentido de sensibilizar tais governos e as lideranças para a organização do sistema estadual (e municipal) de defesa do consumidor</i> ”.
	1986	Relatório CNDC - órgãos e entidades de defesa do consumidor existentes no Brasil em novembro de 1986	CNDC DOC 5	Tabela: “Órgão e Entidades de Defesa do Consumidor Existentes no Brasil em Novembro de 1986”.
	1987/jul	Relatório das principais atividades do CNDC - julho de 1987	CNDC DOC 6	Extrato: “Política Desenvolvida: Global – “ <i>conscientização das massas de consumidores acerca dos direitos e deveres do cidadão enquanto consumidor</i> ”. Relata a edição de 100.000 “Manuais de Defesa do Consumidor”; 50.000 Cartilhas “Consumidor Organizado”. Este relatório enfatiza a aposta do CNDC no desenvolvimento maciço de ações de defesa do consumidor, focando a sociedade civil e motivando a criação de associações de consumidores.
	1988	Relatório de atividades do CNDC - janeiro a junho de 1988	CNDC DOC 7	Este relatório faz uma crítica ao fato do CNDC, após ter completado três anos, ainda não conta com uma estrutura administrativa: “ <i>Em vão foram os esforços... em relação aos recursos materiais e financeiros a situação do CNDC é também de ampla insuficiência</i> ”. Dentre as ações, o documento cita a importante determinação para a padronização de cores das tarjas dos medicamentos. Relata ainda que os melhores resultados da atuação do CNDC estão na motivação dos Estados para a criação dos Procons, indicando que este órgão já está presente em 20 Estados, e que o órgão tem feito gestões junto aos constituintes para a aprovação da lei geral do consumidor.
	1988	Relatório de atividades do CNDC - 1988	CNDC DOC 8	Relata: a recomendação ao Ministério da Justiça para a regulamentação de serviços como o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC); a finalização do anteprojeto que prevê a impressão da data de fabricação nas embalagens; criação

				do Disque-Procon (1512) nacional. Em discussão: o Código de Defesa do Consumidor.
1988	Relatório de atividades do CNDC - exercício 1988	CNDC DOC 9		Relata as atividades, reuniões, resoluções, durante o ano de 88 – destacando o acompanhamento dos trabalhos da Assembleia Nacional Constituinte, e citando o sucesso do pleito. Instituição da comissão responsável pela elaboração do CDC (os juristas, Ada Pellegrini Grinover, José Geraldo, Brito Filomeno e Daniel Fink; e os professores, Kasuo Watanabe e Zelmo Denari).
1988	Relatório - 9º Encontro Nacional de Entidades de Defesa do Consumidor	CNDC DOC 10		O encontro contou com a participação de entidades estrangeiras e abordou temas referentes ao direito do consumidor, bem como a questão da organização das entidades civis.
1988/89	Relatório de atividades do CNDC - outubro de 1988 a julho de 189	CNDC DOC 11		Relata que a principal atuação do CNDC no ano de 1988 e início de 1989 se deu na elaboração do Código de Defesa do Consumidor, entregue ao Ministro da Justiça em fevereiro de 1989. Além disso, o documento cita os encaminhamentos para a proposta de municipalização da defesa do consumidor, leia-se, criação de unidades municipais do Procon.
1989	Relatório de atividades do CNDC - exercício 1989	CNDC DOC 12		Menciona os esforços junto ao legislativo pela aprovação do Código e as ações em rede das várias entidades em favor dessa demanda. Sugestão para que as Constituintes Estaduais incluam normas de proteção ao consumidor em suas Cartas.

**DEPARTAMENTO DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR**

ORIGEM	ANO	NOME	CITAÇÃO	RESUMO
DPDC/MJ	2005	Defesa do Consumidor na América Latina / Atlas Geopolítico	Bibliográfica	O Atlas consolida informações sobre Direito do Consumidor nos diferentes Estados da América Latina, com o intuito de promover a integração dos países e facilitar pesquisas para futuras ações conjuntas neste âmbito. Vinte países da América Latina foram consultados sobre as perspectivas da proteção e defesa do consumidor em seus próprios territórios.
Folha/Uol		A CARESTIA	DOC 2 REPORT	Reprodução de notícias sobre os comícios contra a carestia de 1913, veiculadas no Jornal: A República (diversas datas). Disponível em: < <a href="http://www1.uol.com.br/rionosjornais/rj17.htm">http://www1.uol.com.br/rionosjornais/rj17.htm</a> > em 15 de abril de 2009.
SBPH	2006	Sistema Métrico Francês no Brasil – Modernização ou Imposição?	Lima, DOC 1 SM 2006	Analisa as origens do sistema métrico-decimal e a sua adoção no Brasil, o que acabou representando uma imposição do governo e logo despertou reações populares como o movimento “Quebra Quilos”.

**FÓRUM NACIONAL DAS ENTIDADES CIVIS DE DEFESA DO CONSUMIDOR**

ORIGEM	ANO	NOME	CITAÇÃO	RESUMO
FNECDC	2004	Resultados da pesquisa “Perfil e Atuação das Entidades Civis de Defesa do Consumidor no Brasil”	FNECDC DOC 1, 2004	Pesquisa realizada no território nacional. Resumo: Em 12 dos 26 Estados Brasileiros (46%) foram identificadas entidades civis de defesa do consumidor, sendo assim distribuídas: 15 na região sul; 8 na região sudeste; 10 na região nordeste; 2 na região centro-oeste; 4 na região norte.
	2001-2002	estratégias e as atividades prioritárias para o próximo período.	Não citado / apenas para consultas	Plano de metas, baseado nos princípios de: Articulação das Entidades; Fortalecimento das Entidades; Ampliação da capacidade de representação dos consumidores; Educação Popular; Senso (princípio) ético.



**RELAÇÃO DAS ENTREVISTAS**

<b>NOME</b>	<b>DATA</b>	<b>LOCAL</b>	<b>FILIAÇÃO OU FUNÇÃO</b>
Stael Rianni	19/11/2007	PROCON BH	Coordenadora do Procon BH
Maria do Céu Paixão Kupidlowski	14/11/2007	MDC MG	Coordenadora Institucional do MDC MG
Maria do Céu Paixão Kupidlowski	19/06/2009	MDC MG	Coordenadora Institucional do MDC MG
Lúcia Pacífico	19/06/2009	MDC MG	Membro do MDC / Presidente do Conselho Diretor – MDC/MG
Marília Almeida de Faria Heleno	28/10/2008	MDC MG	responsável pela organização do acervo do MDC
Maria Auxiliadora de R. Ramalho	04/11/2008	MDC MG	Membro do MDC
Geraldo Emigio Teixeira	04/11/2008	MDC MG	Membro do MDC
Maria de Lourdes	04/11/2008	MDC MG	Membro do MDC
Eliane Rosa	18/11/2008	MDC MG	Membro do MDC
Maria do Carmo Santos	18/11/2008	MDC MG	Membro do MDC

