

## CONSUMIDOR CIBERATIVISTA: UMA ANÁLISE DAS POSTULAÇÕES NO SÍTIO RECLAME AQUI FRENTE À EMPRESA VIVO

Eduardo Missau Ruviano

Henrique Missau Ruviano

**Resumo:** As novas tecnologias de informação albergaram mudanças à realidade humana, metamorfose que condicionou a atual feição cotidiana em pós-modernidade. Aqueles outrora não possuíam vez e voz hoje gozam de possibilidades incólumes a um micropoder. Assim a *Internet* passou a servir como forma de se perfectibilizar direitos que, fora do ordenamento jurídico, não possuíam eficácia. Exemplo é a marcha feminista canadense que tomou o mundo quando levada do mundo *off-line* para *on-line*. Igualmente é a atuação do ciberconsumidor, que, após perquirir aleatoriamente a solução de pendências com os serviços contratados e/ou os produtos fornecidos, passou a contar com portal gratuito não governamental prestando auxílio: o ReclameAQUI. Dessa forma, utilizando como técnica de pesquisa a observação sistemática e não participativa do sítio, buscou-se verificar como se dá a solução dos conflitos consumidor-fornecedor da empresa VIVO, procurando demonstrar o (in) sucesso da mediação proposta pelo *site* e, ainda, conclusões sobre a temática, apresentando solução. Empregou-se a forma dedutiva como método de abordagem, partindo-se de premissa geral, contextualização teórica do uso da rede, culminando em premissas particulares, uso da *web* pelo ciberconsumidor ativista, chegando a conclusão igualmente particular, o (in) sucesso dessa face de ciberativismo. Divide-se o presente artigo em CONSIDERAÇÕES INICIAIS; 1. CIBERATIVISMO, A NOVA FORMA DE SE UTILIZAR A REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES, onde se apontará a contextualização teórica do uso da rede mundial de computadores, com as mais variadas formas de ativismo virtual, desde a criação da internet até os dias atuais; 2. CIBERATIVISMO CONSUMERISTA, A WEB COMO EFETIVADORA DE DIREITOS, apresentando o portal ReclameAQUI e se subdividindo em 2.1. O portal ReclameAQUI; 3. COMO O PORTAL RECLAMEAQUI FOI UTILIZADO NA RELAÇÃO FORNECEDOR-CONSUMIDOR PELA EMPRESA DE COMUNICAÇÃO

VIVO, com o estudo de caso proposto sobre a sociedade empresária VIVO, prestadora de serviços de comunicação móvel; e, finalmente, CONSIDERAÇÕES FINAIS.

**Palavras-chave:** Ativismo, ciberconsumidor, Internet, ReclameAQUI, VIVO.

**Abstract:** New information technologies harbored changes to human reality, metamorphosis that conditioned the current daily feature in postmodernity. Those formerly didn't have time voice and today enjoy unharmed possibilities to a micro-power. So the Internet went on to serve as a way to turn perfect rights outside the legal system, lacked effectiveness. Example is the Canadian feminist march that has taken the world when taken from the offline world to online. The performance of cyberconsumer, that after randomly assert the pending solution with the contracted services and / or products supplied, now has no government free portal providing aid: the ReclameAQUI. Thus, using as systematic observation research technique and not participative site, we sought to verify how is the solution of the company's consumer-supplier VIVO conflict, seeking to demonstrate the (un) successful mediation proposed by the site and also conclusions on the theme, presenting solution. We used deductive way approach method, starting from a general premise, theoretical context of network usage, culminating in private premises, use of the web by activist cyberconsumer, reaching also particular conclusion, the (in) success of this face of cyber-activism. Divided this article into INITIAL CONSIDERATIONS; 1. CYBERACTIVISM, IF THE NEW WAY TO USE THE WORLD NETWORK OF COMPUTERS, where it will point the theoretical context of the use of the World Wide Web, with the most varied forms of virtual activism, since the creation of the internet to the present day; 2. CYBERACTIVISM CONSUMERIST, AS A WEB OF RIGHTS EFETIVADORA, presenting the portal ReclameAQUI and subdivided in 2.1. The ReclameAQUI portal; 3. HOW THE PORTAL WAS USED IN RECLAMEAQUI SUPPLIER RELATIONSHIP FOR CONSUMER-BUSINESS VIVO COMMUNICATION, with the proposed case study on the business company VIVO, a provider of mobile communication services; and finally FINAL.

**Keywords:** Activism, ciberconsumidor, Internet, ReclameAQUI, VIVO.

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A *Internet* possibilitou que os movimentos sociais, que outrora eram articulados e executados exclusivamente de maneira *off-line*, pudessem atingir novo patamar de atuação. Em decorrência ao mandamento de que a rede incentivou maior adesão dos usuários a causas comuns, porque a *web* não delimita barreira física para a congruência de suas atividades, as marchas sociais passaram a obter maior número de membros. Assim, o feminismo, oriundo do Canadá, tomou o mundo, bem como as irresignações ambientais, com a WWF e a Hora do Planeta.

Hodiernamente, destarte, outro sujeito vem se propagando pela rede e, em consequência disso, exigindo maior tutela do Estado em suas atividades. Trata-se do ciberconsumidor ativista. Ele, que, primeiramente, dissipava suas lamúrias de forma aleatória pela rede mundial de computadores, procurando respaldo das sociedades empresárias fornecedoras de produtos e serviços para a solução das problemáticas com os objetos que adquirira, passou a contar com portais, governamentais e de iniciativa privada, que albergassem suas demandas. O mais conhecido e utilizado, dentre eles, é o ReclameAQUI.

Na rede há 13 anos, o Reclame AQUI é um canal onde o consumidor pode expor as suas irresignações quanto aos produtos fornecidos pelas sociedades empresárias bem como a ineficiência da prestação de serviços das empresas. Atualmente é considerado uma das principais fontes sobre informações de consumo do mundo.

Utilizando como técnica de pesquisa a observação sistemática e não participativa do sítio [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br), buscou-se verificar como se dá a solução de conflitos entre consumidores e fornecedores da sociedade empresária VIVO, procurando demonstrar com clareza o (in) sucesso da mediação proposta pelo *site* e, ainda, eventuais conclusões sobre a temática, apresentando uma solução proposta. Empregou-se, igualmente, a forma dedutiva como método de abordagem, partindo-se de premissas gerais, como a contextualização teórica do uso da rede mundial de computadores, culminando em premissas particulares, como o uso da *web* pelo ciberconsumidor ativista, chegando a uma conclusão igualmente particular, o (in) sucesso dessa face de ciberativismo.

Divide-se o presente artigo em CONSIDERAÇÕES INICIAIS; 1. CIBERATIVISMO, A NOVA FORMA DE SE UTILIZAR A REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES, onde se apontará a contextualização teórica do uso da rede mundial de computadores, com as mais variadas formas de ativismo virtual, desde a criação da internet até os dias atuais; 2. CIBERATIVISMO CONSUMERISTA, A WEB COMO EFETIVADORA DE DIREITOS, apresentando o portal ReclameAQUI e se subdividindo em 2.1. O portal ReclameAQUI; 3. COMO O PORTAL RECLAMEAQUI FOI UTILIZADO NA RELAÇÃO FORNECEDOR-CONSUMIDOR PELA EMPRESA DE COMUNICAÇÃO VIVO, com o estudo de caso proposto sobre a sociedade empresária VIVO, prestadora de serviços de comunicação móvel; e, finalmente, CONSIDERAÇÕES FINAIS.

## **1. CIBERATIVISMO, A NOVA FORMA DE SE UTILIZAR A REDE MUNDIAL DE COMPUTADORES**

O desenvolvimento tecnológico propiciou inúmeras mudanças às sociedades modernas albergado em pertinentes incólumes à humanidade. Veículos, remédios e métodos de ensino, neste sentido, são exemplos de inovações que assolam a sociedade, hodiernamente, de conforto e praticidade. Dentre casos de avanço tecnológicos outros se somam as novas tecnologias de informação e comunicação, cujo papel é insigne partícipe na transformação social. Assim,

[...] além de seus impactes na economia, estas tecnologias vêm afetando profundamente os modos de organização das relações sociais e as condições da realização de valores básicos das sociedades modernas, como a liberdade e a democracia. (GONÇALVES, 2003, p. 07).

A *web*, nesse diapasão, surgiu nos Estados Unidos da América, com escopo bélico, a fim de propiciar aos militares estadunidenses maior organização em suas infantarias. Paulatinamente, entretanto, a rede foi transmutando-se com o avanço da sociedade. Castells (1999), nesse tocante, justifica que a revolução tecnológica informacional é salientada pela sua alta penetrabilidade nos mais distintos lares, o que a torna apta a moldar os domínios da atividade humana.

Conforme Boaventura de Sousa Santos (2005) as novas tecnologias de informação e comunicação são potenciais processos de difusão de cidadania,

cabendo ao Estado (CARVALHO, 2008, p. 113) a inserção dos seus representados nesse processo de cidadania. Neste sentido, a partir dos anos 2000, quando a rede já se encontrava mais difundida, a *Internet* passou a ser ferramenta fundamental nas campanhas ativistas que passaram a conviver com os inconformados.

[...] encontrado nas redes e percebido nas ruas [que] difunde a defesa dos direitos dos mais indefesos, dos povos indígenas massacrados pela indiferença pública numa Amazônia espoliada. Esse movimento sem nome, porque do Passe Livre se passou ao clamor pela Liberdade em todas as suas dimensões, surgiu das estranhas de um país perturbado por um modelo de crescimento que ignora a dimensão humana e ecológica do desenvolvimento. [...] De forma confusa, raivosa e otimista, foi surgindo por sua vez essa consciência de milhares de pessoas que eram ao mesmo tempo indivíduos e um coletivo, pois estavam – e estão – sempre conectadas, conectadas em rede e enredadas na rua, mão na mão, tuítes a tuítes, post a post, imagem a imagem. Um mundo de virtualidade real e realidade multimodal, um mundo novo que não é novo, mas que as gerações mais jovens veem como seu. Um mundo que a geocracia dominante não entende, mas conhece e que não lhe interessa por ela encarado como suspeita quando seus próprios filhos e netos se comunicam pela internet, entre si e com o mundo, e ela sente que está perdendo o controle. (CASTELLS, 2013, p. 179-180).

A disseminação de informação, albergada pelo surgimento de fóruns eletrônicos de debate, culminou na ideia de que cada usuário da rede possui um micropoder. Esse, segundo Cremades (2009), é como os pequenos liliputianos, narrados por Jonathan Swift, que, unidos, foram páreo para o grande Gulliver. Conseqüentemente, a *Internet* é ferramenta que, hodiernamente, possibilita aos que comungam uma mesma causa organizarem-se e fomentarem uma ação coletiva de força mais impactante a um singular vernáculo sustentado. Deliberando a cerca do fenômeno do *micropower*, Cremades diz que:

As manifestações de jovens em toda a Espanha por um melhor acesso a moradias, o fenômeno da “blogosfera”, que tem transformado a geração de opiniões e criando uma dinâmica maior no fluxo de informações para influenciar a opinião pública [...] são episódios de um fenômeno a que convém prestar cada vez mais atenção: a revolução do micropoder. (CREMADES, 2009, p. 17).

Tem-se, pois, nos ciberambientes, como ferramenta de ação política, o ativismo digital, também conhecido como ciberativismo. Este é ilustrado como

[...] ações coletivas deliberadas que visam a transformação de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela Internet. O mesmo pode ser dito do movimento ambiental, o movimento das mulheres, vários movimentos pelos direitos humanos, movimentos de identidade étnica, movimentos religiosos, movimentos nacionalistas e dos defensores/proponentes de uma lista infindável de projetos culturais e causas políticas. O ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em



que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques. (CASTELLS, 2003, p. 115).

Também, a liberação da palavra, mencionada por Pierre Levy e André Lemos (2010) é perspectiva do Direito Informacional moderno. Os receptores e emissores de informação se confundem, onde o acesso à mídia se torna mais democrático aos tradicionais modos de propagação de notícias, quando a grande imprensa recebia, interpretava e propagava a informação, aquela que entendia ser uma verdade absoluta. Hodiernamente, contudo, nota-se uma diversidade de verossimilhanças e percepções, onde é papel do emissor-receptor aplicar a hermenêutica que entender mais adequada para a *web*. Logo,

a teia gigantesca desfaz pontos fixos ou limites predeterminados para o tráfego de dados e imagens; não há centro nem periferia, e sim entrelaçamentos de percursos. As fronteiras entre quem emite e quem recebe podem tornar-se fluidas e instáveis. Os usuários têm a chance de atuar, simultaneamente, como produtores, emissores e receptores, dependendo de lastros culturais e habilidades técnicas. (MORAES, 2007, p. 02).

Para Ugarte (2008, p. 77), diálogos sobre o ativismo cibernético trata-se de uma forma de se inserir as contrastantes temáticas que se encontram abarcadas na rede em uma grande deliberação social, utilizando-se, destarte, da significativa capacidade da *web* de propagação de mensagens por meio de publicações eletrônicas.

Assim, percebe-se que a potencialidade da rede para os movimentos ativistas vem se tornando singularmente importante para a efetivação dessas articulações sociais, uma vez que há uma factual potencialidade de organização e mobilização de ativistas por meio da *Internet*. Em face disso, muitas campanhas ativistas são arquitetadas por meio da rede. “Consequentemente, estas tecnologias são cada vez mais utilizadas para a promoção de causas, a criação e a organização de movimentos sociais.” (SEBASTIÃO; ELIAS, 2012, p. 63).

Essa nova maneira de manifestar, agora *a quo* virtualmente, é analisada como um rompimento dos tempos de modernidade para os tempos de pós-modernidade. As sociedades, hodiernamente, por suas bandas, uma vez conscientes das novas tecnologias de informação (NTICs), adotaram, como ferramenta básica para a comunicação e para o relacionamento humano, a rede

mundial de computadores. A *web* vem albergando importantes alterações em vários âmbitos componentes do convívio humano e social (quando internautas dialogam por meio da rede, efetuando vídeo conferências e debates virtuais), cultural (quando é possível que se acompanhe eventos de cunho acadêmico pela *Internet*, bem como seja possível assistir a filmes e ler livros por meio da rede) e político (já que são debatidos projetos de lei em *sites* de instituições públicas, bem como seja possível acompanhar o processo de efetivação de obras governamentais por meio da rede mundial de computadores).

A rede, que surgiu nos Estados Unidos da América como fulcro bélico, hoje, vem sendo difundida em nível global e sofrendo contundente reformulação em vias de suas possibilidades. Nesse sentido, nos últimos anos, esta vem se tornando, como supra referido, importante ferramenta nas sociedades informacionais em rede. Na *Internet* ocorre a disseminação de informação de maneira quase instantânea, porque fora arquitetada de maneira simples, com base no *end-to-end principle* (WU, 2012).

A internet foi desenvolvida com base no princípio end-to-end (e2e) ou fim-a-fim, modelo para a criação de redes informáticas: redes simples e aplicativos inteligentes, interagindo entre si. Isso quer dizer que os equipamentos informáticos que fazem a Internet funcionar executam apenas funções muito simples, necessárias para várias finalidades diferentes (principalmente transmitir pacotes de dados de sua origem ao seu destino), enquanto que funções mais complexas, exigidas por aplicativos específicos, são realizadas pelas máquinas que acessam a rede. Assim, a complexidade e a inteligência ficam nas extremidades da Rede, e ela se limita a transmitir dados.

Destarte, são as extremidades da *Internet* que ditam o ritmo da navegação. Não são os servidores ou os sítios que detém o poder de escolha sobre os dados que serão sobressalentes na rede, mas os usuários e os aplicativos utilizados. A *web* não decide por si quais serão os rumos da navegação. Diante desse cenário, tem-se que o diálogo *on-line* é, praticamente, sem limitações territoriais, o que, em tempos pretéritos, era algo improvável, assim como todas os demais mecanismos oferecidos pela *web* aos seus usuários, os internautas.

É oportuno salientar, nesse diapasão, contudo, que, embora a suma importância que a rede vem ganhando nos últimos anos, jamais se almejou a redução da nítida representatividade dos movimentos realizados de maneira

exclusivamente *off-line*. O que se veicula, portanto, é o fortalecimento da potencialidade do debate de determinados temas, o que, antes, era reduzido aos ambientes desconectados, para plataformas virtuais. A *Internet* é, assim, especialmente apropriada para a geração de laços fracos múltiplos. Estes

[...] são úteis no fornecimento de informações e na abertura de novas oportunidades a baixo custo. A vantagem da Rede é que ela permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto *off-line* quanto *on-line*, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto-reconhecimento. (CASTELLS, 1999, p. 445).

Os cibernautas, em páginas como *blogs*, redes sociais digitais ou *micro blogs*, articulam-se de forma proativa para pororizar suas ideias e opiniões, de maneira que assumem posição em defesa de determinada causa. Tem-se, então, um cidadão que utiliza a *Internet* como um mecanismo para manejar uma determinada bandeira. Com esse intuito, muitos dos ativistas digitais procuram soprar seus devaneios e, com isso, engajar mais adeptos da web a se unirem em prol comum, transformando resultados, muitas vezes, no mundo *off-line*.

Diversas são, pois, os arrazoados defendidos na *web*. Movimentos sociais, que eram, em tempos outros, executados e planejados apenas nas ruas, atualmente, o são, por outra banda, na *Internet* para, doravante, tomarem as alamedas com maior efetividade e potencialidade, em busca de direitos fundamentais e garantias sociais que foram positivados, mas não efetivados. Nos tempos atuais, de pós-modernidade, torna-se fundamental a adoção de uma postura ativista na rede mundial de computadores, já que esta garante uma melhor efetividade das mobilizações de pessoas em prol de objetivos sociais e políticos comuns. Isso faz com que diferentes pessoas, de distintas classes sociais e nichos de atuação unam-se em prol da defesa de ideias compartilhadas.

Um desses movimentos é o ativismo plantado pelo cibe consumidor ativista. Nesta perspectiva, consumidores irrisignados com os problemas auferidos pelos produtos que compraram passaram a divulgar na rede seus percalços, procurando receber solução das empresas fornecedoras de produtos e serviços. Assim, albergado no Código de Defesa do Consumidor, surgiu o *site* ReclameAQUI. Este



sítio, de não governamental, é portal gratuito que se propõe a promover o diálogo na solução de controvérsias entre os polos do negócio jurídico entabulado, após provocação do ciberconsumidor ativista Assim, no próximo capítulo, linear-se-á sobre esta temática.

## 2. CIBERATIVISMO CONSUMERISTA, A WEB COMO EFETIVADORA DE DIREITOS

Em idos dos anos oitenta, Raul Seixas, musicista baiano, lançou seu álbum *Abre-te Sésamo*. Neste, o roqueiro apresentou uma faixa intitulada *Aluga-se*, onde versa:

A solução pro nosso povo  
Eu vou dá  
Negócio bom assim  
Ninguém nunca viu  
Tá tudo pronto aqui  
É só vim pegar  
A solução é alugar o Brasil!

E se Raul Seixas estivesse certo? E se a solução para o povo brasileiro fosse alugar o país? E se os estrangeiros gostassem e resolvessem, então, realmente locar o Estado? Conforme os artigos 2.º e 3.º do Código de Defesa do Consumidor, o Brasil se tornaria produto (“qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial”); o governo, fornecedor (“fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços”) e os estrangeiros, consumidores (“consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”).

A música “*Aluga-se*” contextualiza a atual seara em que se encontra o Estado-Juiz, então: as relações consumeristas deixaram de ser meros dissabores entre seus polos e tornaram-se fortes dores de cabeças às partes, culminando, não raramente, em lides enfadonhas ao Poder Judiciário. Procurando prevenir os consumidores de negociar com sociedades empresárias de moral não ilibada, existe

no Brasil sítio gratuito – [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br) – criado há 13 anos, onde se pode dialogar e votar em um grau de reputação da sociedade empresaria, auxiliando os consumidores. Reclame AQUI é, então,

um canal em que o consumidor pudesse expor os problemas e a ineficiência dos canais de atendimento das empresas [...] atualmente é considerado uma das principais fontes sobre informações de consumo do mundo.

A plataforma consiste em um sítio, de *layout* simples e objetivo, onde, mediante cadastro prévio, os consumidores e fornecedores podem dialogar e tentar solucionar cordialmente as mazelas do negócio jurídico entabulado. Assim, conforme reportagem ao portal de notícias G1 (2014), em relação a portais de auxílio aos consumidores ativistas,

clientes de bancos, telefônicas, companhias aéreas, supermercados e planos de saúde, por exemplo, poderão enviar queixas e tentar solucionar conflitos sem passar inicialmente pelos PROCONs ou por tribunais.

A *Internet*, portanto, é ferramenta basilar para o deslinde preventivo de demandas judiciais contribuindo para evitar o ajuizamento desenfreado das Ações Consumeristas que assolam o Poder Judiciário nos dias atuais. Se Raul Seixas estivesse certo, o aluguel brasileiro passaria, então, certamente, pelo *site* [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br).

### 1.1 O portal ReclameAQUI

O sítio ReclaAQUI, hospedado em endereço que leva o mesmo nome, qual seja, [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br), é uma página não governamental que está *on-line* desde o ano de 2001, quando o seu fundador, face ter um direito consumerista violado, buscou contato com a empresa responsável pela violação, mas não foi respondido. Tamanha a desconsideração por parte das empresas prestadoras de serviço com seus clientes que, na época, se quedou necessária a criação de uma página, onde estes encontrassem um espaço para externar suas revoltas e seus particulares casos, evitando, com isso, que outras pessoas sofressem dos mesmos problemas.

A página não apresentou o sucesso atual desde a sua fundação. Em seu ano liminar, vinte e nove reclamações foram computadas pelos bancos de dados do sítio e nenhuma reclamação foi respondida pelas empresas reclamadas. Por outra banda, nos últimos doze meses, o número de reclamações ultrapassa quinhentas mil reclamações, como atesta a tabela que segue:

Mais reclamadas nos últimos 12 meses	
1º Net Serviços (tv, Banda Larga e Telefone)	85223
2º Vivo (celular, Fixo, Internet, TV)	81130
3º Sky	74772
4º Oi (móvel, Fixo, Internet, TV)	69017
5º Dafiti.com.br	53340
6º Tim Celular	49735
7º Extra.com.br	39902
8º Claro	39532
9º Samsung Electronics	36750
10º Walmart (loja Virtual)	32186
11º Correios Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos	32075
12º Saraiva (livraria, Editora e Loja Virtual)	31855
13º Ponto Frio - Loja Virtual	29637
14º Motorola do Brasil	26354
15º Gvt	25120
16º Nextel Telecomunicações Ltda.	24976
17º Claro Tv	23910
18º Netshoes	22415
19º Casas Bahia - Loja Virtual	21748
20º Casas Bahia - Lojas Físicas	21065

Tabela 01: Mais reclamadas nos últimos 12 meses - 2015

O *site* calcula a reputação das empresas e elabora um *ranking* das piores sociedades empresárias, ou seja, aquelas tem a maior nota auferida pelo portal. A reputação das fornecedoras é calculada de forma automatizada, não havendo interferência manual na apuração dos dados ou atualização dos índices. Existente há quatorze anos, o sistema de reclamações é permitido a todas as pessoas cadastradas no *site*. Ainda, não é cobrado qualquer custo aos usuários da página.

A partir das reclamações externadas na ferramenta ReclameAQUI, o *site* envia às empresas um relatório com todas as reclamações direcionadas àquela instituição e elabora um *ranking* – como já referido – das empresas mais reclamadas, bem como das empresas recomendadas pelo *site* para que o consumidor efetue negociações. No gráfico que segue, é apresentado o *ranking* das empresas mais reclamadas do ano de 2011, como vemos:

Mais reclamadas nos últimos 12 meses

1º Americanas.com / Lojas Americanas	23496
2º Tim Celular	22410
3º Compra Fácil (soc. Com. Imp. Hermes S.a)	20217
4º Claro	13268
5º Submarino	12832
6º Telefônica - Speedy -tv	11324
7º Net Tv e Banda Larga (virtua)	10287
8º Shoptime.com	8840
9º Oi Telefonía - Velox	8585
10º Lg Electronics	7322
11º Ricardo Eletro ( Internet )	7137
12º Vivo Celular	6933
13º Sky	6648
14º Privalia	6328
15º Magazine Luiza - Lojas Físicas	6237
16º Mercado Livre	6133
17º Santander (banco Real)	5974
18º Ponto Frio -loja Virtual	5922
19º Wal Mart (loja Virtual)	5912
20º Fator Digital (digifactor )	5852

Tabela 02: Mais reclamadas nos últimos 12 meses – 2011

No ano de dois mil onze, além do *ranking* supra apresentado, outros eram disponibilizados pela página, quais sejam: melhores índices de resolução, melhores índices de voltar a fazer negócio, melhores notas médias, mais reclamadas nos últimos trinta dias, empresas recém-cadastradas com mais reclamações etc.

No ano de dois mil e treze, por outra banda, o ReclameAQUI disponibilizou, além daqueles, outros dois, quais sejam: mais reclamadas do dia e mais reclamadas da semana. No atual momento, os *rankings* disponibilizados pela página quedam-se os mesmos, variando apenas, os dados quantitativos e qualitativos apresentados pelas tabelas. Veja-se:

Mais reclamadas nos últimos 12 meses	
1º Net Serviços (tv, Banda Larga e Telefone)	85223
2º Vivo (celular, Fixo, Internet, Tv)	81130
3º Sky	74772
4º Oi (móvel, Fixo, Internet, Tv)	69017
5º Dafiti.com.br	53340
6º Tim Celular	49735
7º Extra.com.br	39902
8º Claro	39532
9º Samsung Electronics	36750
10º Walmart (loja Virtual)	32186
11º Correios Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos	32075
12º Saraiva (livraria, Editora e Loja Virtual)	31855
13º Ponto Frio - Loja Virtual	29637
14º Motorola do Brasil	26354
15º Gvt	25120
16º Nextel Telecomunicações Ltda.	24976
17º Claro Tv	23910
18º Netshoes	22415
19º Casas Bahia - Loja Virtual	21748
20º Casas Bahia - Lojas Físicas	21065

Tabela 03: Mais reclamadas nos últimos 12 meses – 2015

Como o site ReclameAQUI é uma página não governamental, é impossível, face a legislação vigente no Brasil, que o portal penalize aquelas empresas



reclamadas, tampouco este foi o norte do sítio desde o seu surgimento. A grande peculiaridade do ReclameAQUI, frente o desrespeito das fornecedoras de produtos e/ou serviços com o consumidor, é a reputação que as estas adquirem no *site*. Em tempos de grande concorrência de mercado, a reputação de uma empresa, muitas vezes, apresenta-se mais valiosa que o dinheiro ou qualquer outra sanção imposta às mesmas.

Nesse sentido, o portal desenvolveu o “selo ReclameAQUI 1000”, que destinado àquelas empresas com as melhores reputações e atenção ao consumidor. Para que uma empresa receba o selo, é necessário que a mesma atente a cinco itens apontados pelo *site*: possuir um número de avaliações igual ou superior a 50, possuir índice de resposta igual ou superior a 90%, possuir índice de solução igual ou superior a 90%, possuir média das avaliações (dadas pelo consumidor) igual ou superior a 07 e possuir índice de novos negócios (voltaria a fazer negócios?) igual ou superior a 70%. Atualmente, 120 empresas já receberam o selo “ReclameAQUI 1000”.

### **3. COMO O PORTAL RECLAMEAQUI FOI UTILIZADO NA RELAÇÃO FORNECEDOR-CONSUMIDOR PELA EMPRESA DE COMUNICAÇÃO VIVO**

Desde 2001, quando fora fundado o sítio ReclameAQUI, a empresa de telecomunicação VIVO possui um total de 181.643 (cento e oitenta e um mil seiscentos e quarenta e três) reclamações protocoladas. Dentre elas, há problemas em sinal, ineficiência da rede 3G, mal atendimento pelo Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) etc.

Após a notificação para que a empresa se manifestasse e, assim, solucionasse os impasses de seus clientes, contudo, o portal classificou como “Não Recomendado” o serviço prestado pela telefonia, com uma nota de 1.06 (de um total de 10) avaliada pelo consumidor. Isso se deu porque, das 181.643 reclamações, a empresa usou do sítio em apenas uma delas para solucionar o impasse, não logrando êxito, inclusive, nesta.

## Vivo (Celular, Fixo, Internet, TV)



Nota-se, assim, que 0% (zero por cento) das postulações foi atendida, e que apenas 15.9% (quinze ponto nove por cento) dos internautas voltariam a fazer negócio com a sociedade empresária VIVO. Da análise dos últimos seis meses de reclamações dos consumidores no portal, a VIVO não solucionou pendência alguma, bem como nos dados apresentados na aba “2013”, que faz alusão aos pedidos do ano de dois mil e treze.

É, portanto, corriqueiro o descaso da prestadora de serviços de telefonia móvel com seus usuários, não mostrando interesse do fornecedor de serviços em solucionar as mazelas, de forma rápida, por meio da *web*, e, então, conseqüentemente, culminando por instigar os mesmos a demandar judicialmente por um direito genuíno do consumidor: a qualidade no serviço ofertado. Um melhor uso da *web* pelas empresas, através do portal ReclameAQUI, é a forma mais simples de demonstrar interesse na satisfação dos seus clientes.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *web*, com sua efetiva potencialidade, possibilitou que os movimentos sociais, que, em tempos de outrora, eram articulados e executados exclusivamente em ambientes burocraticamente *off-line*, atingissem novo patamar. Isso muito se deu em face de a rede não apresentar limitações geográficas ou temporais, fazendo com que uma informação seja difundida aos mais longínquos rincões em intervalos de tempo quase instantâneos. Assim, movimentos como o feminista, oriundo no Canadá, tomou o mundo, bem como as irresignações ambientais propostas pela WWF e sua festejada Hora do Planeta.

Atualmente, nesse tocante, outro sujeito se apresenta, como propagador de bandeiras, na rede, e exigindo, em derradeiro, maior tutela estatal em suas atividades. Trata-se consumidor ativista digital, que, primeiramente, dissipava suas queixas consumeristas, em ambientes, apenas, *off-line*, e, hodiernamente, utiliza da rede mundial de computadores para difundir suas queixas sob o rótulo de ciberconsumidor. Surgem, com isso, páginas *on-line* para proporcionar um melhor ambiente de defesa consumerista. Dentre elas, está o ReclameAQUI, pioneiro nessa seara de ativismo digital.

Na rede há 13 anos, o ReclameAQUI é um canal onde o consumidor pode expor as suas irresignações quanto aos produtos fornecidos pelas sociedades empresárias bem como a ineficiência da prestação de serviços das empresas. Atualmente é considerado uma das principais fontes sobre informações de consumo do mundo.

No presente trabalho, procurou-se analisar como o portal ReclameAQUI tutelou as reclamações postuladas em face da empresa prestadora de serviços de comunicação móvel VIVO. Utilizou-se, então técnica de pesquisa de observação sistemática e não participativa do sítio [www.reclameaqui.com.br](http://www.reclameaqui.com.br), onde restou demonstrada a ineficácia da proposta do sítio, uma vez que apenas um diálogo foi proposto, entre empresa e consumidor, dentro de um universo de 181.643 (cento e oitenta e um mil seiscentos e quarenta e três) postulações. Assim, 0% (zero por cento) das postulações foi atendida, e apenas 15.9% (quinze ponto nove por cento) dos internautas voltariam a fazer negócio com a sociedade empresária.

Sugere-se, portanto, que, para auferir melhores resultados e propiciar mais conforto a seus clientes, as sociedades empresárias adotem as ferramentas fornecidas pela *Internet*, evitando o litígio judicial, mazela que demanda tempo e dinheiro demasiadamente exauríveis nos tempos de pós-modernidade. Portanto, precisa-se utilizar da pós-modernidade o que ela pode nos oferecer: a rede mundial de computadores e ciberativismo.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei n. 8.078, de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 11 set 1990. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm)>. Acesso em: 03 mai. 2015.

CARVALHO, Juliano Maurício de. Cidadania Online: das iniciativas de inclusão aos desafios da gestão. In: MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna; SARAIVA, Enrique (Org.). **Democracia e regulação**: dos meios de comunicação de massa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008, p. 113.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2013.

CREMANDES, Javier. **Micropoder**: a força do cidadão na era digital. São Paulo: Senac, 2009.

GODOY, Natalia. Governo lança site para reclamações de consumidores junto a empresas: bancos, aéreas e telefônicas poderão responder diretamente ao usuário. Objetivo é solucionar conflitos antes dos casos irem a Procons e tribunais. **G1**, Brasília, 27 jun. 2014. Disponível em: <[http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/06/governo-lanca-site-para-reclamacoes-de-consumidores-junto-empresas.html?utm\\_source=facebook&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=g1](http://g1.globo.com/economia/noticia/2014/06/governo-lanca-site-para-reclamacoes-de-consumidores-junto-empresas.html?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=g1)>. Acesso em: 03 mai. 2015.

GONÇALVES, Maria Eduarda. **Direito da Informação**: novos direitos e formas de regulação na sociedade informacional. Coimbra: Livraria Almedina, 2003.

LEMO, André. LEVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

MORAES, Dênis de. Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo: avanços e dilemas. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, vol. 9, n. 2, mai./ago. 2007.

RECLAME AQUI. **O que é o Reclame Aqui?**. [S.l.], 2015. Disponível em: <[http://www.reclameaqui.com.br/como\\_funciona/o-que-e-o-reclame-aqui\\_7/](http://www.reclameaqui.com.br/como_funciona/o-que-e-o-reclame-aqui_7/)>. Acesso em: 03 mai. 2015.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Os Tribunais e as Novas Tecnologias de Comunicação e de Informação**. *Sociologias*, v. 7, n.13, p. 82-109, 2005.

WU, Tim. **Network Neutrality FAQ**. Disponível em: <[http://timwu.org/network\\_neutrality.html](http://timwu.org/network_neutrality.html)>. Acesso em: 16 nov 2013.