

ARIMAIRE ALVERNÁZ

**EDUCAÇÃO DO CONSUMIDOR E PROCON MIRIM NA
PERCEPÇÃO DOS SUJEITOS INSTITUCIONAIS E DE
MULTIPLICADORES**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Viçosa como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

VIÇOSA
MINAS GERAIS- BRASIL
2012

**Ficha catalográfica preparada pela Seção de Catalogação e
Classificação da Biblioteca Central da UFV**

T

A474e
2012

Alvernáz, Arimaire, 1979-

Educação do consumidor e Procon Mirim na percepção dos
sujeitos institucionais e de multiplicadores / Arimaire Alvernáz.

– Viçosa, MG, 2012.

xii, 111f. : il. (algumas color.) ; 29cm.

Inclui anexos.

Inclui apêndices.

Orientador: Neuza Maria da Silva

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Viçosa.

Referências bibliográficas: f. 78-83

1. Consumidores - Educação. 2. Comportamento do
consumidor. 3. Defesa do consumidor. 4. Consumo
(Economia). 5. Serviços ao cliente. I. Universidade Federal de
Viçosa. Departamento de Economia Doméstica. Programa de
Pós-Graduação em Economia Doméstica. II. Título.

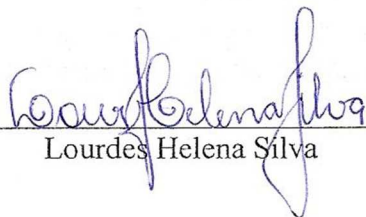
CDD 22. ed. 381.34

ARIMAIRE ALVERNÁZ

**EDUCAÇÃO DO CONSUMIDOR E PROCON MIRIM NA
PERCEÇÃO DOS SUJEITOS INSTITUCIONAIS E DE
MULTIPLICADORES**

Dissertação apresentada à Universidade de Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 10 de dezembro de 2012.


Lourdes Helena Silva


Márcia Pinheiro Ludwig


Neuz Maria da Silva
(Orientadora)

A Deus, fonte inesgotável de força e luz.

Aos meus pais, pelo amor incondicional e pelo apoio.

Aos meus irmãos, Wágner e Anderson, pelo incentivo.

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal de Viçosa e ao Departamento de Economia Doméstica, pela oportunidade de realizar esta pesquisa.

Aos funcionários do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, pela presteza e boa vontade.

Aos meus colegas de curso, pela convivência e pelas experiências trocadas.

Ao meu grande amigo, Luiz Antônio Mattos, pelo carinho e apoio, imprescindíveis para que eu chegasse até aqui.

Aos professores do PPGED, pelo aprendizado proporcionado, que foi muito além do cumprimento dos programas das disciplinas.

À minha orientadora, Neuza Maria da Silva, por ter me recebido com tanto carinho e pela orientação competente e firme, essenciais para conclusão desta pesquisa.

Ao professor Marcelo Miná Dias, pela competência e excelência na orientação.

Ao Procon Estadual, que gentilmente me recebeu para realização da pesquisa de campo.

Aos servidores responsáveis pelo Procon Mirim, pelo apoio incondicional durante toda a minha caminhada.

Enfim, agradeço a todos aqueles que, embora não mencionados, contribuíram para a realização desta pesquisa, seja efetivamente, seja por passarem pela minha vida neste período, deixando suas marcas e contribuições.

Muito obrigada, de coração!!!

A educação deve ajudar o homem brasileiro a inserir-se criticamente no processo histórico e libertar-se pela conscientização da síndrome do ter e da escravidão do consumismo.

Paulo Freire

BIOGRAFIA

ARIMAIRE ALVERNÁZ, filha de Aristóteles Cota Alvernáz e de Maria Aparecida Cota Alvernáz, nasceu em Alvinópolis, Minas Gerais, em 3 de setembro de 1979.

Em dezembro de 2002, graduou-se em Direito pelo Instituto de Ensino Superior de da Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade (IES-FUNCEC), João Monlevade, MG.

Em maio de 2005, concluiu o curso de Pós-Graduação *Latu Sensu* em Direito Processual, pelo Instituto de Ensino Superior de João Monlevade, João Monlevade, MG.

Em março de 2011, ingressou no Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, em nível de mestrado, área de concentração em Economia Familiar, tendo desenvolvido sua dissertação na linha de pesquisa Família, Políticas Públicas e Avaliação de Programas e Projetos Sociais.

Atualmente é advogada do município de Alvinópolis e Assessora Jurídica da Associação Comercial e Industrial de Alvinópolis, MG.

SUMÁRIO

	Página
LISTA DE TABELAS	viii
RESUMO.....	ix
ABSTRACT.....	xi
1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Contextualização do problema.....	1
1.2 Delimitação do problema.....	5
1.3 Justificativa para a realização da pesquisa.....	6
1.4 Objetivos	7
1.4.1 Objetivo geral.....	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
2 REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL.....	8
2.1 O Estado, as políticas públicas e sua avaliação.....	8
2.1.1 A avaliação das políticas públicas	16
2.2 Cidadania	19
2.3 O movimento consumerista no mundo e no Brasil, o surgimento do CDC e a emergência da Política Nacional das Relações de Consumo	24
2.4 Educação do consumidor	29
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	35
3.1 Método de investigação	35
3.2 Local de estudo.....	35
3.3 População e amostra	36
3.4 Coleta de dados	36
3.4.1 Pesquisa documental.....	36
3.4.2 Entrevistas	37
3.4.3 Questionários.....	37
3.4.4 Observação não participante	38
3.5 Análise dos dados	38
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO	39
4.1 Descrição do programa Procon Mirim.....	39
4.2 Avaliação da efetividade Procon Mirim à luz da percepção dos beneficiá- rios diretos (multiplicadores)	43

	Página
4.2.1 Avaliação com base nos formulários de avaliação institucional	44
4.2.1.1 Avaliação dos participantes do Treinamento Regional de Multi- plicadores de Brumadinho.....	44
4.2.1.2 Avaliação dos participantes do Treinamento de Multiplicadores de Belo Horizonte (Turma 40).....	49
4.2.2 Avaliação com base nos questionários.....	52
4.3 Avaliação da efetividade do Procon Mirim à luz da percepção dos sujeitos institucionais	60
4.3.1 Avaliação considerando as entrevistas semiestruturadas dos execu- tores do programa	61
4.4 Comparação entre as percepções dos beneficiários diretos e dos sujeitos institucionais sobre a efetividade do Procon Mirim	72
4.4.1 Pontos semelhantes entre as percepções	72
4.4.2 As diferenças entre as percepções	73
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	75
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	78
APÊNDICES.....	84
APÊNDICE A.....	85
APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA – AVALIAÇÃO DO PROCON MIRIM – DESTINADO AOS SUJEITOS INSTITUCIONAIS – SERVIDORES EXECU- TORES DO PROGRAMA	89
APÊNDICE C	90
ANEXOS	92
ANEXO A – PROGRAMA PROCON MIRIM	93
ANEXO B.....	97
ANEXO B1 – RESOLUÇÃO CONJUNTA PGJ PROCON Nº 1, DE 1º DE SETEMBRO DE 2009.....	98
ANEXO B2 – INSTRUÇÃO NORMATIVA PROCON ESTADUAL Nº 3, DE 13 DE JUNHO DE 2011	102
ANEXO B3 – RESOLUÇÃO CONJUNTA PGJ PROCON ESTADUAL Nº 1, DE 1º DE FEVEREIRO DE 2012.....	108
ANEXO C – FORMULÁRIOS DE AVALIAÇÃO E PESQUISA.....	110

LISTA DE TABELAS

	Página
1 Expectativas dos beneficiários diretos sobre o curso “Treinamento de Multiplicadores”. Belo Horizonte, MG, 2012	55
2 Avaliação do curso “Treinamento de Multiplicadores” pelos beneficiários diretos. Belo Horizonte, MG, 2012.....	55
3 Percepção dos beneficiários diretos em relação ao papel do Procon Mirim na Educação do Consumidor. Belo Horizonte, MG, 2012.....	57
4 Percepção dos beneficiários diretos sobre a contribuição do Procon Mirim para inserção da temática “Educação do Consumidor” em sala de aula. Belo Horizonte, MG, 2012.....	58
5 Percepção dos beneficiários diretos quanto aos pontos fortes e fracos do programa. Belo Horizonte, MG, 2012	60
6 Percepção dos sujeitos institucionais sobre o papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo. Belo Horizonte, MG, 2012	62
7 Percepção dos sujeitos institucionais sobre a importância das ações do Procon Mirim na Educação	64
8 Percepção dos sujeitos institucionais sobre a contribuição do curso “Treinamento de Multiplicadores” para a construção da cidadania. Belo Horizonte, MG, 2012	66
9 Percepção dos sujeitos institucionais sobre as ações implementadas pelo Procon Estadual para a efetividade do Procon Mirim. Belo Horizonte, MG, 2012.....	67
10 Percepção dos sujeitos institucionais acerca da efetividade do Procon Mirim para a promoção da Educação do Consumidor. Belo Horizonte, MG, 2012.....	69
11 Percepção dos sujeitos institucionais quanto aos pontos fortes e fracos do programa. Belo Horizonte, MG, 2012.....	72

RESUMO

ALVERNÁZ, Arimaire. Universidade Federal de Viçosa, dezembro de 2012. **Educação do Consumidor e Procon Mirim na percepção dos sujeitos institucionais e de multiplicadores.** Orientadora: Neuza Maria da Silva.

Desde a Revolução Industrial, e especialmente nas últimas décadas, o consumo vem alcançando um espaço cada vez maior na vida dos indivíduos. Apesar de alguns autores defenderem a ideia de que o consumo pode significar, também, porta de acesso aos direitos de cidadania, ele vem sendo alvo de preocupações das mais diversas áreas do conhecimento. Considerando que o consumo constitui um problema público, o Estado brasileiro elaborou a Política Nacional das Relações de Consumo, prevista no artigo 4º do Código de Defesa do Consumidor (CDC), tendo como um de seus pilares a “educação do consumidor”. Portanto, vários órgãos públicos e privados buscam a efetivação dessa política pública por meio da criação de programas de educação do consumidor, como é o caso do Procon Estadual, que possui o programa denominado “Procon Mirim”. Diante dessa realidade, e pela inexistência de trabalhos científicos que avaliem a efetividade de programas de educação do consumidor, o presente trabalho foi desenvolvido para responder às seguintes questões: O programa de educação do Consumidor – Procon Mirim – tem conseguido efetividade no que se refere ao alcance de seus objetivos institucionalmente fixados? Ele tem sido efetivo no que se refere aos objetivos da PNRN? Em que medida ele tem contribuído para a construção da cidadania? Este estudo teve, pois, como objetivo geral descrever e avaliar um programa de Educação do Consumidor – Procon Mirim – a partir das percepções dos sujeitos envolvidos (sujeitos institucionais e beneficiários diretos), no que se refere à possibilidade de efetividade do instrumento na construção da cidadania. A pesquisa realizada foi de natureza qualitativa. Na primeira etapa foram coletados dados secundários obtidos no Procon Estadual e na segunda elaborou-se um roteiro de entrevistas semiestruturadas que foram aplicadas aos sujeitos institucionais envolvidos na execução do programa, bem como questionários que foram aplicados aos seus beneficiários diretos. Utilizou-se, ainda, como fonte de coleta de dados a observação de campo não participante a eventos promovidos pelo Procon Mirim. Para análise dos dados foram consideradas as falas dos entrevistados, com a finalidade de produzir inferências acerca de dados verbais obtidos durante as entrevistas, utilizando-se, para

tanto, o método da análise de conteúdo. Ao descrever o Procon Mirim e aprofundar na análise documental do programa e na temática, ficou evidente a importância da existência do Procon Mirim como instrumento de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, prevista no CDC. Percebeu-se ainda, por meio dos relatos e das manifestações dos sujeitos ou atores pesquisados (beneficiários diretos e sujeitos institucionais), o papel do Procon Mirim e seu grau satisfatório de efetividade na possibilidade de construção da cidadania. Concluiu-se que a análise da efetividade do programa a partir da percepção dos beneficiários diretos (multiplicadores) e sujeitos institucionais, de modo geral, foi no sentido de considerarem positivos os impactos sociais do Programa.

ABSTRACT

ALVERNÁZ, Arimaire. Universidade Federal de Viçosa, December, 2012. **Consumer Education and Procon Mirim in the perception of institutional subjects and multipliers.** Adviser: Neuza Maria da Silva.

The consumption is reaching an increasingly larger in the lives of individuals. Since the Industrial Revolution, and especially in recent decades, after the implementation of the culture of consumerism, even though consumption, for some authors can also mean access door to citizenship rights, this has been the subject of concerns from various areas of knowledge. Given that consumption is a public problem, the Brazilian State, drafted a National Policy of Consumer Relations, under art. 4^o CDC, having as one of its pillars “consumer education”. This time, several public and private organizations, seeking the enforcement of such a policy by creating consumer education programs, such as Procon State that has the program called “Procon Mirim”. Given this reality, and the lack of scientific studies that evaluate the effectiveness of consumer education programs, this study was designed to answer the following research problem: the education program Consumer – Procon Mirim – has achieved effectiveness in refers to the achievement of its objectives institutionally fixed? It has been effective in relation to the objectives of the PNRC? And to what extent has contributed to the construction of citizenship? This study therefore aimed to describe and evaluate a general program for Consumer Education – Procon Mirim from the perceptions of the individuals involved (subject institutional and direct beneficiaries), with regard to the possibility of the instrument's effectiveness in building Citizenship. The research was qualitative in nature. In the first step, we collected secondary data obtained from the Procon State and in the second phase, we developed a script of semi-structured interviews that have been applied to individuals institutions involved in implementing the program, as well as questionnaires that were applied to their direct beneficiaries. It was used also as a source of data collection field observations nonparticipating the events promoted by Procon Mirim. For data analysis we considered the speeches, the participants' reports, in order to produce inferences about verbal data obtained during the interviews, using to this end, the method of content analysis. As the survey results, in describing the Procon Mirim and deepen the analysis of the documentary program and the theme, evidenced the importance of the existence of Procon Mirim, as implementer of the National

Consumer Relations, under CDC. It was realized also through the speeches, reports and demonstrations of the subjects or actors surveyed (direct beneficiaries and institutional subjects) the role of Procon Mirim and his satisfactory degree of effectiveness in the possibility of building citizenship. We conclude, therefore, that the analysis of the effectiveness of the program from the perception of the direct beneficiaries (multipliers) and institutional subjects, generally, was positive in the sense of considering the social impacts of the program.

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo são abordadas a contextualização do problema da pesquisa, a delimitação do problema, a justificativa para a realização da presente pesquisa e seus objetivos geral e específicos.

1.1 Contextualização do problema

Todos os seres humanos são, e sempre foram, consumidores desde a mais tenra idade, desde os tempos imemoriais. Impossível pensar na vida humana sem se pensar no consumo. É incontestável que, hodiernamente, o consumo, que antes tinha como objetivo central a satisfação das necessidades básicas, transformou-se em “consumismo”, tornando-se alvo de crescentes preocupações das mais diversas áreas do conhecimento. Passou-se da “velha sociedade de produtores” para a “moderna sociedade de consumo”. Enquanto aquela considerava seus membros especialmente como produtores e soldados, a moderna sociedade considera seus membros na medida em que eles possuem a capacidade de desempenhar bem o seu papel de consumidores (BAUMAN, 1999).

A atual sociedade de consumo torna-se ainda mais preocupante quando o que se propaga é uma verdadeira substituição do SER pelo TER, do “Penso, logo existo” de Descartes, pelo “Consumo, logo existo”, lema da cultura consumista. A sociedade de consumo é também uma sociedade de consumidores: “... uma sociedade que julga e avalia seus membros principalmente por suas capacidades e sua conduta relacionadas ao consumo” (BAUMAN, 2007, p. 109). Ainda segundo o eminente sociólogo polonês, o dilema que mais se cogita na atualidade é se se consume para viver ou se se vive para consumir.

Essa tão propagada sociedade de consumo, característica inexorável do capitalismo, ganhou contornos ainda mais expressivos após a Revolução Industrial, a partir da qual o desenvolvimento das economias dos Estados Modernos passou a estar intimamente ligado ao consumo exacerbado dos bens industrializados, que são substituídos, no mercado, a uma velocidade cada vez maior e mais assustadora. Este fenômeno é conhecido como “obsolescência programada”¹.

¹ Pode ser definido como fenômeno industrial e mercadológico surgido nos países capitalistas nas décadas de 1930 e 1940, também conhecido como “descartalização”.

Esse contexto representa, ainda, uma ameaça constante de violação à soberania do consumidor² e um “atentado” à sua condição de cidadão, pois hoje já não se cogita apenas do cidadão político, mas também do “cidadão consumidor” ou “consumidor cidadão”. Isto porque muitos indivíduos passam a ter acesso a direitos fundamentais de cidadania, por meio de sua capacidade de consumir, especialmente nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Assim, o consumo passa a ser “o mais fundamental dos direitos fundamentais”. Segundo Maia (2006, p. 56), “... em razão do fato de grande parcela da população ser submetida a uma situação de exclusão social, o consumo tende a significar para ela uma possibilidade de ‘integração’”.

Desta feita, tem-se o fenômeno denominado por Portilho (2005) de “política das práticas de consumo”. Apesar de a preocupação com o consumismo ter sido muito bem tratada por Bauman (s.d.), o consumo deve ser considerado não apenas sob o ângulo do consumismo, mas também como uma possibilidade de exercício da cidadania.

Nesse sentido, Canclini (1999) ressalta que é preciso desconstruir as concepções que julgam ser os comportamentos dos consumidores sempre irracionais e alienados, desconstruindo igualmente as concepções que somente veem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. O consumidor também deve ser considerado um ator social crítico e que pode exercer a sua cidadania, assim como o cidadão também “consome” políticas e atitudes, arte e lazer.

Apesar das considerações de Canclini (1999) e Maia (2006), o Brasil não ficou à margem da síndrome consumista e de suas consequências maléficas, como: endividamento das famílias, produção de lixo em volume estratosférico, degradação ambiental e, segundo Bauman (2008), redução do homem (sujeito) à condição de mercadoria (objeto). Esta passa a ser uma das preocupações não apenas dos consumidores individualmente considerados, ganhando *status* de problema público e, portanto, merecedor de um olhar atento do Estado e também da sociedade civil organizada.

Obviamente que o alcance de *status* de problema público não se deu sem que houvesse uma considerável e importante mobilização social, que no Brasil ocorreu

² Soberania do consumidor, numa acepção economicista, é sua capacidade ou qualidade para determinar os rumos e as orientações do mercado e influir, decisivamente, na produção de bens. Entretanto, o conceito que aqui se pretende adotar é o mais abrangente, que considera a soberania do consumidor, também, como a capacidade de o consumidor refletir sobre o ato de consumo e sua repercussão pessoal e social, inclusive para que possa, eventualmente, decidir pelo “não consumo”.

especialmente nas décadas de 1980 e 1990; a inserção da defesa do consumidor em âmbito constitucional foi resultado de mobilizações da sociedade, que se iniciaram na década de 1970, mas cuja concretização somente aconteceu com a redemocratização do País.

Com relação a essa mobilização social em prol dos consumidores, merece destaque a participação do IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor), criado em São Paulo em 1987, portanto antes mesmo da Constituição da República de 1988 e do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/90).

No que tange aos fundamentos jurídicos de defesa do consumidor e da cidadania, destacam-se:

- CR/88 (Constituição da República de 1988): artigo 1º, II: prevê a cidadania como fundamento da República Federativa do Brasil;

- CR/88: artigo 5º, XXXII – necessidade de o Estado promover a defesa do consumidor prevista como direito fundamental;

- CR/88: artigo 170, V – defesa do consumidor como princípio da ordem econômica (mitigação do liberalismo econômico);

- CR/88: 205: Educação vista como instrumento para o pleno desenvolvimento da pessoa e seu preparo para o exercício da cidadania; e

- CDC: Lei nº 8078/90: arts. 4º e 5º: institui a Política Nacional das Relações de Consumo: instrumento de ação do Estado no problema do consumo; e instrumento de governabilidade.

Sabe-se que quando um problema público é diagnosticado faz-se mister uma mobilização, geralmente do Estado, no sentido de solucioná-lo ou, pelo menos, de minimizá-lo. Com esse intuito surgiu no Código de Defesa do Consumidor brasileiro, Lei nº 8.078/90, a Política Nacional das Relações de Consumo (PNRC). Essa política pública surge, assim, como reconhecimento da insuficiência dos consumidores para garantir o equilíbrio nas relações consumeristas.

Entretanto, por ser de âmbito nacional, a PNRC teve sua implementação descentralizada, cabendo aos demais entes federativos, ou seja, os Estados, os municípios e o Distrito Federal, a tarefa de executá-la.

Para torná-la realidade e alcançar os objetivos fixados no marco legal da política pública em tela, além da simples previsão legal e implementação institucional, especialmente pelos Procons estaduais e municipais, é essencial o cumprimento de um

dos seus princípios, que constitui a “pedra angular” da PNRC: a educação dos consumidores, prevista, explicitamente, no artigo 4º, IV, do CDC.

A educação para o consumo torna-se, assim, *conditio sine qua non* da efetividade da política pública consumerista e de alcance da cidadania por parte dos consumidores.

Com o intuito de implementar a educação do consumidor e contribuir, efetivamente, para consecução dos fins estabelecidos pela PNRC, alguns órgãos estatais e não estatais de proteção do consumidor possuem programas de educação para consumidores de diferentes idades. Dentre os órgãos que possuem programas dessa natureza, destacam-se: o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), com sede em São Paulo; o Instituto Alana, também com sede em São Paulo, com o programa “Criança e Consumo”; e em Minas Gerais o Procon Estadual, coordenado pelo Ministério Público do Estado de Minas Gerais, e o Procon da Assembleia Legislativa de Minas Gerais, com seus respectivos “Procon Mirim” e “Procon na Escola”. Estes dois últimos constituem tentativas concretas de contribuição estatal para a educação de crianças e adolescentes para o consumo consciente e responsável.

Além da existência institucional de programas sociais com esse intuito, é de suma importância avaliá-los, dando o *feedback* tanto para o ente estatal como para os beneficiários, uma vez que se vivencia no Brasil a necessidade premente de institucionalização da “Política da avaliação das políticas públicas” (FARIA, 2005). Não basta existir a política pública. Faz-se mister que esta tenha efetividade e que contribua para a construção da cidadania do consumidor brasileiro.

Tendo em vista o fato de o “Procon Mirim” ser um programa inovador de educação do consumidor, haja vista que ele trabalha com a ideia de multiplicadores, pretendeu-se, com a presente pesquisa, avaliá-lo a partir da perspectiva dos próprios participantes. O programa propõe contribuir para formação de crianças para um consumo consciente, por meio da formação de “multiplicadores” para trabalhar com o tema em sala de aula, o que constitui uma preocupação do próprio Ministério da Educação. Este prevê o consumo como um dos temas transversais a serem trabalhados com alunos do ensino fundamental, segundo os parâmetros curriculares nacionais instituídos pelo órgão em 1998, o que evidencia ainda a tentativa de cumprimento da função emancipatória da educação (FREIRE, 2004).

1.2 Delimitação do problema

A contextualização da problemática deixa claro que existe uma íntima relação entre o consumo, a PNRC e, em especial, os programas que visam à educação do consumidor e à cidadania.

Entretanto, o levantamento bibliográfico realizado aponta para a existência de poucos programas de Educação do Consumidor institucionalizados e executados por órgãos estatais de defesa do consumidor. Esse fato demonstra, ainda, a deficiência do Estado brasileiro em concretizar a Política Nacional das Relações de Consumo instituída pelo Código de Defesa do Consumidor em 1990, portanto há mais de 20 anos.

Em Minas Gerais há dois programas de Educação do Consumidor: o “Procon Mirim”, executado pelo Procon Estadual; e o “Procon na Escola”, executado pelo Procon da Assembleia Legislativa de Minas Gerais.

Diante da carência de trabalhos relacionados à efetividade de programas dessa natureza, esta pesquisa limitou-se ao estudo da experiência do programa “Procon Mirim”, partindo-se da premissa de que este é um programa social que faz parte da PNRC e que contribui para a construção da cidadania do consumidor.

Procurou-se estudar essa efetividade, confrontando a literatura e os documentos encontrados com as percepções dos próprios sujeitos participantes da execução do Procon Mirim, quais sejam, os sujeitos institucionais e os sujeitos beneficiários (multiplicadores). A percepção pode ser definida, do ponto de vista psicológico ou cognitivo, como sendo aquela que envolve, além dos órgãos do sentido, também os processos mentais, a memória e outros aspectos que podem influenciar a interpretação dos dados percebidos.

Em síntese, as questões que nortearam a presente pesquisa podem assim ser formuladas: O Programa de Educação do Consumidor – Procon Mirim – tem conseguido efetividade no que se refere ao alcance de seus objetivos institucionalmente fixados? Ele tem sido efetivo no que se refere aos objetivos da PNRC? Em que medida ele tem contribuído para a construção da cidadania?

1.3 Justificativa para a realização da pesquisa

Este estudo justifica-se por diversas razões. *Prima facie*, porque os problemas oriundos não do consumo, mas do consumismo, atributo da sociedade moderna, vêm tomando proporções cada vez mais alarmantes. Diante dessa realidade, o Estado tem interferido no contexto social com políticas públicas e programas sociais que visam à educação do consumidor, que deve estar calcada na seguinte premissa, apresentada por Schmelkes (2002, p. 3):

No se trata de conformarnos con formar ciudadanos capaces de adaptarse a las nuevas reglas del juego impuestas por la globalización; debemos formar seres humanos capaces de desarrollar el pensamiento alternativo y de hacerlo realidad.

Essas intervenções estatais existem, mas inexitem pesquisas que as avaliem, o que revela uma lacuna principalmente nas Ciências Sociais. Diante da lacuna identificada, entende-se que seja de suma importância avaliar o programa Procon Mirim, com o fito de demonstrar a importância da educação do consumidor e sua efetividade para o alcance da cidadania, proporcionando um *feedback* ao órgão público, aos beneficiários e à própria sociedade.

Além disso, percebe-se que outra grande contribuição do presente trabalho será a realização de uma pesquisa de cunho qualitativo com os sujeitos envolvidos em um programa social, indo além do caráter quantitativo da maioria pesquisas de avaliação de políticas públicas que, normalmente, se contentam com índices e números. Isto porque a maior parte das avaliações de políticas públicas e de programas sociais é dirigida à mensuração dos elementos eficácia e eficiência, em detrimento da efetividade ou do impacto social. Neste sentido, Worthen (2004) aponta a necessidade de uma reação contra as avaliações em que predominam as abordagens mecanicistas, cuja preocupação centra-se na formulação de uma instrumentação objetiva tecnicamente defensável que prepondera sobre uma avaliação mais “sensível”, que considere a complexidade da realidade cotidiana.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo geral

Este estudo tem como objetivo geral descrever e avaliar um programa de Educação do Consumidor – Procon Mirim – a partir da percepção dos sujeitos envolvidos (sujeitos institucionais e beneficiários diretos), no que se refere à possibilidade de efetividade do instrumento na construção da cidadania.

1.4.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos norteadores da pesquisa são:

a) descrever o Programa “Procon-Mirim”, a partir de uma análise documental, destacando os objetivos e os princípios que o regem, bem como o seu mecanismo de avaliação, se houver;

b) investigar e analisar as percepções dos atores envolvidos na execução do Programa Procon Mirim (sujeitos institucionais: servidores públicos do Procon Estadual e multiplicadores: beneficiários diretos) acerca da possibilidade de sua efetividade para a promoção da educação do consumidor e consequente contribuição na construção da cidadania; e

c) comparar as percepções dos sujeitos institucionais e os beneficiários diretos acerca da efetividade do programa.

2 REVISÃO TEÓRICO-CONCEITUAL

Na revisão de literatura buscou-se fundamentar o campo de investigação em questão e subsidiar as discussões que se pretende com a presente pesquisa. Para tanto, foram abordados os principais conceitos e temas que circundam a temática estudada, dentre eles: o Estado e as políticas públicas; a avaliação das políticas públicas; a cidadania, inclusive a cidadania do consumidor; e a Educação do Consumidor.

2.1 O Estado, as políticas públicas e sua avaliação

O Estado, tal como é conhecido hodiernamente, passou por um longo período de evolução histórica, desde suas formas mais primitivas até o seu atual estágio. A marca evolutiva do Estado, segundo os tratadistas, é o Estado Antigo, seguindo-se o Grego, o Romano, o Medieval e o Moderno.

O Estado na Antiguidade era a Cidade, caracterizado pela fusão do paço com o templo, a monarquia e o sacerdócio, o temporal e o espiritual. Em uma extremidade, a força das tiranias típicas do Oriente, na outra, a onipotência do Direito, ao impor a vontade do corpo do social, representada pela ética teológica da *polis* grega ou pelo zelo da *res publica* da *civitas* romana (BONAVIDES, 2004).

No Estado Medieval também se percebe uma concepção frágil e pálida de Estado, expressa pela fusão das duas esferas, a política e a religiosa. Apenas com o Estado Moderno, caracterizado pelo princípio da soberania, tenta-se a ruptura dos laços quase “indissolúveis” entre o poder temporal e o espiritual, isso já na fase de Estado Constitucional³.

Um conceito interessante de Estado é apresentado por Bourdieu (1996, p. 99):

O Estado é o resultado de um processo de concentração de diferentes tipos de capital, capital de força física ou de instrumentos de coerção (exército, polícia), capital econômico, capital cultural, ou melhor, de informação, capital simbólico, concentração que, enquanto tal, constitui o Estado como detentor de uma espécie de metacapital, com poder sobre os outros tipos de capital e sobre seus detentores.

³ O Estado Moderno, segundo os tratadistas, possuiu duas fases: a do Absolutismo, em que o poder do monarca encontrava legitimidade no direito divino (poder é das pessoas); e a do Estado constitucional, em que poder encontrava legitimidade nas leis, sendo a legalidade o valor supremo (o poder é dos códigos e das constituições).

Segundo Bonavides (2006), sob a ótica jurídica o Estado “contemporâneo” pode ser definido como uma forma de organização da sociedade, unido pelo laço jurídico ou político, portanto sujeito ao poder do Direito.

A discussão que aqui se pretende desenvolver surge no âmbito do Estado Moderno. Este, segundo Maluf (2008), teve sua origem nas reações antiabsolutistas, presentes principalmente durante a Revolução Francesa e cujas ideias foram bem articuladas pela doutrina de Montesquieu, na França, e de Locke, na Inglaterra.

O Estado Moderno foi o responsável pela propagação dos lemas “liberdade, igualdade e fraternidade”, e foi ainda em seu bojo que o Capitalismo ganhou contornos marcantes e se fortaleceu como sistema econômico. Esse fortalecimento se deu, de forma mais abrupta, a partir da Revolução Industrial, no século XVIII.

Indubitavelmente a Revolução Industrial trouxe uma série de mudanças na vida social e do próprio Estado, notadamente por ter provocado alterações socioeconômicas oriundas da transição de um modelo de sociedade rural para urbana. Também é no Estado Moderno que surge o liberalismo econômico, baseado na concepção individualista de desenvolvimento econômico. O liberalismo parte, assim, da premissa de que todos os homens são iguais e “teriam” iguais oportunidades de ascensão socioeconômica, o que, aliás, se encontrava na célebre Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789.

Sabe-se que infelizmente os desideratos propugnados pelo liberalismo não corresponderam à realidade e não foram capazes de dar solução aos problemas que os países passaram a vivenciar.

Neste sentido, Maluf (2008, p. 138) ressalta que:

Em verdade, o liberalismo que se apresentara perfeito na teoria bem cedo se revelou irrealizável por inadequado à solução dos problemas reais da sociedade. Converteu-se no reino da ficção, com cidadãos teoricamente livres e materialmente escravizados.

Sem dúvida a Revolução Industrial, aliada ao liberalismo, trouxe aos países, além do prometido desenvolvimento econômico, problemas até então desconhecidos, que passaram, paulatinamente, a desafiar os Estados na procura de solução ou, pelo menos, de minimização de seus impactos.

Os desafios estavam presentes inclusive na mudança do papel ou da função do Estado perante os seus cidadãos. O Estado, antes incumbido apenas da defesa de seu povo, passa, como apregoam Cleto e Dizorti (2007), a desempenhar funções

pertencentes a quatro áreas de grande abrangência: reguladora, provedora, redistributiva e estabilizadora.

Eis que surge então o Estado social, com a difícil tarefa de superar a contradição entre a igualdade política e jurídica e a desigualdade social, haja vista que no velho liberalismo não se encontravam respostas para os problemas sociais vivenciados pelas pessoas. Neste contexto surge, em alguns países europeus, o *welfare state*, compreendido como aquele Estado que busca a redução dos riscos sociais mediante a educação e a capacitação dos cidadãos, transformando-os de meros receptores passivos em cidadãos ativos e independentes (DRAIBE, 2007).

No Brasil não fora diferente. O crescimento econômico, o êxodo rural e o acelerado processo de urbanização foram responsáveis por uma excessiva proporção da população vivendo em situação de pobreza, diante da relativa riqueza do País.

Todo esse panorama vivenciado numa perspectiva mundial e brasileira foi responsável pelo surgimento das políticas públicas, como importante instrumento governamental para solução ou atenuação dos problemas públicos.

Segundo Draibe (2007, p. 44):

[...] as instituições do moderno sistema de proteção social constituem em países de desenvolvimento tardio o principal instrumento de compensação ou reequilíbrio, já que seus sistemas de proteção social, educação e outros serviços sociais viabilizam a incorporação das massas rurais na vida urbana na condição salarial.

De acordo com Hofling (2001), as políticas públicas têm suas raízes nos movimentos populares do século XIX, voltadas aos conflitos gerados entre capital e trabalho, no desenvolvimento das primeiras revoluções industriais.

Mas o que seriam, afinal, as políticas públicas? Quais são as espécies de políticas públicas? E, ainda, qual a função que desempenham nos Estados Modernos?

Prima facie, ressalta-se, de acordo com Souza (2007), que as políticas públicas contaram com quatro grandes fundadores, que podem ser considerados os seus “pais”: Laswell, Simon, Lindblom e Easton.

Ainda segundo Souza (2007, p. 67):

Laswell introduziu a expressão *policy analysis* (análise de política pública), ainda nos anos 30, como forma de conciliar conhecimento científico e acadêmico com a produção empírica dos governos e também como forma de estabelecer o diálogo entre cientistas sociais, grupos de interesse e governo.

Nessa perspectiva, voltando-se agora aos conceitos de políticas públicas, tem-se que essas podem ser entendidas como o “Estado em ação”, por meio de programas de ações voltadas para setores específicos da sociedade. São, ainda, um conjunto de ações coletivas voltadas para a garantia da cidadania, configurando o compromisso público que visa suprir demandas da população (HOFLING, 2001), ou seria a soma das atividades dos governos que influenciam a vida dos cidadãos (SOUZA, 2007).

Outro conceito de políticas públicas é apresentado por Saravia (2006, p. 28):

Trata-se de um fluxo de decisões públicas, orientado a manter o equilíbrio social ou a introduzir desequilíbrios destinados a modificar essa realidade. Decisões condicionadas pelo próprio fluxo e pelas reações e modificações que elas provocam no tecido social.

Salientando os papéis da sociedade e do Estado na construção das políticas públicas, Pereira (2008, p. 96) as define como:

[...] uma estratégia de ação pensada, planejada e avaliada, guiada por uma racionalidade coletiva, na qual, tanto o Estado como a sociedade, desempenham papéis ativos.

Levando em consideração os conceitos transcritos, pode-se inferir que as políticas públicas são, e sempre foram, instrumentos ou estratégias de governo que buscam solucionar ou atenuar problemas públicos, atingindo, na medida do possível, os fins desejados pelos diferentes grupos sociais. Desta feita, têm por objetivo responder às demandas de setores marginalizados da sociedade, considerados pelo Estado como vulneráveis. Daí o fato de nos Estados contemporâneos as políticas públicas estarem sempre associadas a estratégias para concretização ou efetividade dos direitos fundamentais⁴.

Dentro desse grande gênero “*políticas públicas*” merecem destaque, para subsidiar as discussões que se pretende desenvolver no presente trabalho, as políticas econômicas e sociais (espécies de políticas públicas).

Cleto e Dizorti (2005) entendem como políticas econômicas as ações tomadas pelo governo que, utilizando instrumentos econômicos, buscam atingir determinados objetivos macroeconômicos. As políticas econômicas têm como objetivo afetar a economia como um todo, e abrangem grupos de instrumentos que podem ser divididos em três grandes grupos: política monetária, política fiscal e política cambial.

⁴ A expressão direitos fundamentais refere-se aos direitos do ser humano reconhecidos e positivados na esfera constitucional (SARLET, 2004, p. 36).

De acordo com Itaboraí (2005), com a instauração de uma economia globalizada e gerenciada por organizações mundiais (FMI e BM), a necessidade de adequar mecanismos e instituições de regulação torna-se prioritária na agenda política. Para Fonseca (2001), as políticas sociais são ações de proteção social implementadas pelo Estado, voltadas, em princípio, para a redistribuição dos benefícios sociais. Seus objetivos visam responder as demandas da população, ampliar e efetivar direitos de cidadania, promover o desenvolvimento, por meio da geração de emprego e renda, e regular conflitos entre atores sociais. Outro conceito é colocado por Pereira (2008), para quem as políticas sociais são ações do Estado em resposta às demandas sociais, que têm sido crescentes.

Analisando ambos os conceitos de políticas sociais, fica claro que eles têm como fito a solução de problemas sociais, sendo a sociedade a razão e a destinatária das referidas medidas sociais.

Segundo Souza (2007, p. 71):

Enquanto estudos em políticas públicas concentram-se no processo e em responder questões como 'por que' e 'como', os estudos em políticas sociais tomam o processo apenas como 'pano de fundo' e se concentram nas consequências da política, ou seja, o que a política fez ou faz.

Portanto, o presente estudo pode ser definido como uma análise da política social, uma vez que se concentrou no exame dos impactos do Procon Mirim, levando-se em consideração as percepções de seus beneficiários diretos e sujeitos institucionais.

Segundo Pereira (2008), com as políticas públicas e as novas relações entre Estado e sociedade por elas estabelecidas, os conceitos de justiça e equidade tornaram-se menos abstratos. Sob essa perspectiva, seriam duas as principais funções da política pública:

a) Concretizar direitos conquistados pela sociedade e incorporados nas leis; e

b) Alocar e distribuir bens públicos que apresentam as seguintes características:

- São indivisíveis, isto é, devem ser usufruídos por inteiro por todos os membros de uma comunidade nacional (...).
- São públicos, isto é, devem visar o interesse geral e, por isso, não podem se pautar pelo mérito e nem ser regidos pela lógica do mercado.

- São fáceis de acessar, isto é, devem estar disponíveis, já que cada cidadão tem direito a eles (PEREIRA, 2008, p. 99).

Analisando as funções expostas, pode-se inferir que as políticas públicas dizem respeito a bens públicos ou direitos de caráter universal, ou seja, não se prestam à tutela de interesses ou bens privados.

No tocante aos componentes ou características das políticas públicas, Saravia (2006, p. 31) assim se manifesta:

- a) institucional: a política é elaborada ou decidida por autoridade formal legalmente constituída no âmbito da sua competência e é coletivamente vinculante;
- b) decisório: a política é um conjunto - sequência de decisões, relativo à escolha de fins/meios, de longo ou curto alcance, numa situação específica e como resposta a problemas e necessidades;
- c) comportamental: implica ação ou inação, fazer ou não fazer nada; mas uma política é, acima de tudo, um curso de ação e não apenas uma decisão singular; e
- d) causal: são os produtos de ações que têm efeitos no sistema político e social.

Com relação à tipologia de políticas públicas, são quatro os principais tipos de arenas e suas respectivas formas de regulação política (PEREIRA, 2008, p. 100):

- a) arena regulamentadora, produzindo política regulamentadora;
- b) arena redistributiva, produzindo política redistributiva;
- c) arena distributiva, produzindo política distributiva; e
- d) arena constitutiva, produzindo política constitutiva.

Segundo a mesma autora, as políticas regulamentadoras são aquelas que visam à limitação de liberdades individuais que afetam o comportamento; as redistributivas são aquelas em que um grupo perde para que outro ganhe; as distributivas são aquelas em que não há clareza sobre qual grupo paga o custo ou perde algo; e as constitutivas são aquelas que resultam de ações que definem regras sobre normas ou o poder constituído.

Segundo os estudiosos da temática, dentre eles Saravia (2006) e Capella (2007), as políticas públicas podem ser estudadas por diferentes perspectivas.

Saravia (2006, p. 31) lista sete perspectivas para análise das políticas públicas :

- 1) estudos de conteúdos políticos, em que o analista procura descrever e explicar a gênese e o desenvolvimento de políticas específicas;

- 2) estudos do processo das políticas, em que se presta atenção às etapas pelas quais passa um assunto e se procura verificar a influência de diferentes setores no desenvolvimento desse assunto;
- 3) estudos de produtos de uma política, que tratam de explicar por que os níveis de despesa ou o fornecimento de serviços variam entre áreas;
- 4) estudos de avaliação, que se localizam entre a análise de política e as análises para a política e podem ser descritivos ou prescritivos;
- 5) informação para a elaboração de políticas, em que os dados são organizados para ajudar os tomadores de decisão a adotar decisões;
- 6) análise de processo, em que se procura melhorar a natureza dos sistemas de elaboração de políticas; e
- 7) análise de políticas, em que o analista pressiona, no processo de política, em favor de ideias ou opções específicas.

O presente trabalho insere-se na perspectiva exposta no item 4, ou seja, trata-se de um estudo de avaliação de uma política pública.

Vistos os conceitos, as espécies, as funções, as características e as perspectivas de análise das políticas públicas, cumpre, agora, expor como se deu o desenvolvimento das políticas públicas, em especial as políticas sociais no Estado brasileiro.

Pode-se afirmar que no Brasil as políticas públicas começaram a se estruturar, de forma sistemática e contínua, a partir de 1923. Assim, a Lei Eloy Chaves, de 24 de janeiro de 1923, que é a base da previdência social brasileira, regulamentou as aposentadorias e pensões dos trabalhadores dos setores econômicos.

Segundo Silva e Souza (2010), a ausência de instituições democráticas influentes sobre o modelo industrial brasileiro ficou mais evidente na Era Vargas, quando se iniciou um projeto de desenvolvimento econômico no País. Esse quadro colaborou para o aparecimento de políticas desenvolvimentistas que favorecessem uma pequena parcela da população com acesso aos representantes do Estado.

É importante ressaltar que foi na Era Vargas que surgiram os primórdios de uma política social, com a promulgação da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), em 1º de maio de 1943. Após esse período veio a “Era JK”, que rompeu com o modelo desenvolvimentista de Vargas, centrado nos interesses nacionais, e caracterizou-se pela abertura da economia brasileira ao capital estrangeiro, por meio, principalmente, da criação da oferta de bens de consumo duráveis. Foi ainda na Era JK que se consolidou o processo de urbanização brasileira, com a migração da população rural, em especial a do Nordeste. Essa recém-massa urbana passou então a reivindicar mudanças no modelo desenvolvimentista que os excluía, criando uma instabilidade que propiciou a chegada dos militares ao poder (SILVA; SOUZA, 2010).

Com a criação do Instituto Nacional de Previdência Social (INPS), em 1966, foram substituídos os antigos institutos de aposentadoria e pensão organizados por categoria profissional. Desta feita, tem-se que o sistema de Proteção Social brasileiro se desenvolveu e se expandiu, principalmente durante os anos 1970, no contexto do autoritarismo da ditadura militar. Nessa época iniciou-se o sistema previdenciário e de assistência médica de âmbito nacional.

Ocorreu a expansão das políticas públicas como resposta parcial do Estado a reivindicações da população que buscava melhores condições de vida.

A década de 1980 foi marcada pela ampliação dos movimentos sociais que culminaram na promulgação da Constituição Cidadã de 1988, que trouxe em seu bojo uma extensa lista de direitos e garantias fundamentais (artigo 5º, CR/1988), abrangendo direitos individuais e sociais, além de instituir uma Política de Saúde, Previdência Social e Assistência Social em âmbito nacional.

Na década de 1990 foi criado o INSS, com base no artigo 17 da Lei nº 8.029/1990, regulamentado pelo Decreto nº 99.350/1990, assinado pelo então presidente Fernando Collor de Melo, fruto da fusão do Instituto de Administração Financeira da Previdência e Assistência Social (IAPAS) com o Instituto Nacional de Previdência Social (INPS). Durante o mandato de Fernando Collor assistiu-se à implantação do modelo neoliberal no Brasil, principalmente após o governo brasileiro aderir ao Consenso de Washington, que representou a formalização da adesão do Brasil à economia globalizada (OLIVEIRA, *apud* SANTOS, 2001).

Conforme aponta Draibe (1998), o *Welfare State* no Brasil surge entre as décadas de 1930 e 1970, e possui as seguintes fases:

- 1930/1943: criação dos institutos de aposentadorias e pensões, da legislação trabalhista e da regulação de políticas nas áreas de saúde e educação. Há uma centralização dos recursos na Esfera Federal.

- 1945-1964: inovações nos campos da educação, saúde, assistência social e habitação popular. Essas ações estavam guiadas sob a forma seletiva, heterogênea (benefícios) e fragmentada (institucional e financeiro quanto à intervenção social do Estado).

- Década de 1960 até meados da década de 1970: supera-se a forma fragmentada e socialmente seletiva; há um espaço para a universalização (educação, saúde, assistência social, previdência e habitação). Esse período segue alguns elementos importantes, como:

- 1965-77: há uma organização no interior do Estado quanto ao financiamento do *Welfare State*;
- 1977-81: expansão massiva;
- 1981-85: reestruturação conservadora;
- 1995-88: reestruturação progressista; e
- 1988: definição do novo perfil (Constituição Federal).

De acordo com Saravia (2006, p. 33), é possível que se verifiquem, na América Latina, as seguintes etapas ou momentos num processo de políticas públicas: **agenda** (que designa o estudo e a explicitação do conjunto de processos que conduzem os fatos sociais a adquirir *status* de “problema público”); **elaboração** (identificação e delimitação de um problema atual ou potencial da comunidade, a determinação das possíveis alternativas para sua solução ou satisfação, a avaliação dos custos e efeitos de cada uma delas e o estabelecimento de prioridades); **formulação** (seleção e especificação da alternativa considerada mais conveniente); **implementação** (planejamento e organização do aparelho administrativo e dos recursos humanos, financeiros, materiais e tecnológicos necessários para executar uma política); **execução** (ações destinadas a atingir os objetivos estabelecidos pela política); **acompanhamento** (processo sistemático de supervisão da execução de uma atividade); e **avaliação** (consiste na mensuração a análise, *a posteriori*, dos efeitos produzidos na sociedade pelas políticas pública).

Nessa última etapa ou estágio do ciclo das políticas públicas insere-se o presente estudo.

2.1.1 A avaliação das políticas públicas

De acordo com Saravia (2006), a avaliação é a área de política que mais tem se desenvolvido, constituindo-se uma das etapas mais importantes de todo do processo das políticas públicas, pois é nela que se produzem subsídios para orientar a continuidade ou qualquer correção no seu curso.

Conforme salientado, enquanto os estudos em políticas públicas concentram-se no “como” e no “por que”, os estudos em políticas sociais objetivam analisar suas consequências no contexto social (SOUZA, 2007).

Cohen e Franco (2011) classificam os tipos de avaliação: com relação ao momento em que se realiza e aos objetivos a serem alcançados, a avaliação pode ser *ex-ante* ou *ex-post*. A primeira tem por finalidade “proporcionar critérios racionais para uma decisão qualitativa crucial: se o projeto deve ou não ser implementado”; e a segunda visa subsidiar a decisão de o projeto continuar ou não, podendo ser feita durante o processo de implementação ou após a implementação, a denominada avaliação de impacto⁵.

Levando em consideração o sujeito que realiza a avaliação, esta pode ser: avaliação externa, ou seja, realizada por pessoas alheias à organização-agente; interna, realizada dentro do próprio órgão executor da política ou do projeto; mista, a que procura combinar a participação tanto de agentes internos ao órgão executor da política quanto dos membros externos; e, por fim, a avaliação participativa, aquela que envolve também os beneficiários no processo de avaliação.

Dependendo da escala dos projetos, os autores distinguem entre a avaliação de projetos grandes e a de projetos pequenos. Por fim, com base nos destinatários da avaliação, identificam três tipos: os dirigentes superiores, que são aqueles que “definem as políticas e estabelecem as prioridades”; os administradores, cuja função é distribuir os recursos para concretização dos objetivos estabelecidos; e os técnicos, que são os que “executam os projetos e devem centrar-se em aspectos operativos (COHEN; FRANCO, 2011, p. 132).

Interessante, neste ponto, a posição de Cavalcanti (2006, p. 85), segundo a qual:

A avaliação de políticas públicas não é simplesmente um instrumento de aperfeiçoamento ou de redirecionamento dos programas empreendidos pelo governo, mas, e especialmente, uma ferramenta capaz de prestar contas à sociedade das ações governamentais.

Assim, podem ainda ser acrescentados aos destinatários da avaliação os próprios beneficiários da política pública ou programa social e a própria sociedade como um todo, que, por meio do processo de avaliação das políticas públicas, recebe um *feedback* de sua efetividade no meio social.

Da mesma forma como existem vários tipos de avaliação, os estudiosos citam uma série de critérios de avaliação ou aferição dos resultados das políticas públicas: a eficiência, a eficácia e a efetividade.

⁵ É a forma de avaliação de impacto (efetividade) realizada no presente trabalho.

Segundo Cohen e Franco (2011, p. 103), na linguagem dos projetos eficiência é assim definida:

O conceito de eficiência pode ser considerado a partir de duas perspectivas complementares: se a quantidade de produto está predeterminada, procura-se minimizar o custo total ou o meio que se requer para sua geração; se o gasto total está previamente fixado, procura-se otimizar a combinação de insumos para maximizar o produto.

Sob a percepção do conceito da eficiência na avaliação de políticas públicas Belloni, Magalhães e Souza (2000, p. 64) fazem a seguinte síntese:

[...] em resumo, a eficiência, traduz-se por respostas dadas a questionamentos ou indicadores relativos a necessidades atendidas, recursos utilizados e gestão desenvolvida. A interação entre a política examinada e outras a ela relacionadas, assim como a não sobreposição de duplicação de esforços são indicadores de eficiência não apenas da política em foco, mas de ações governamentais como um todo.

No que refere ao conceito de eficácia, na mesma perspectiva de análise, Belloni, Magalhães e Souza (2000, p. 65) acrescentam que

a eficácia corresponde ao resultado de um processo, entretanto contempla também a orientação metodológica adotada e a atuação estabelecida na consecução dos objetivos e metas em um tempo determinado, tendo em vista o plano, programa ou projeto originalmente proposto.

Nesse sentido, Cavalcanti (2006, p. 128) diz que

a análise e a constatação da eficácia estão associadas à verificação dos indicadores de eficiência. Sendo assim, a maximização dos resultados alcançados de um programa será revelada através da resposta efetiva ao grau de eficiência e eficácia.

Para a autora, “os conceitos de eficiência e eficácia não são excludentes...”, mas metodologicamente distintos: enquanto os critérios de eficiência tratam genericamente de uma relação custo/benefício, os de eficácia voltam-se para a consecução dos objetivos da política. Segundo Cohen e Franco (2011, p. 102), “... a eficácia é o grau em que se alcançam os objetivos e metas do projeto na população beneficiária, em um determinado período de tempo...”.

Quanto ao conceito de efetividade, Belloni, Magalhães e Souza (2000, p. 67) o definem “como um critério de avaliação que procura dar conta dos resultados, tanto econômicos quanto sociais da política pública”. Acrescentam ainda que “a efetividade é

o conceito que revela em que medida a correspondência entre os objetivos traçados em um programa e seus resultados foram atingidos”.

Já para Cavalcanti (2006, p. 129) “trata-se de uma avaliação de impactos, pois ao contrário da avaliação de resultados, que procura investigar os efeitos de uma intervenção sobre a clientela atendida, ela procura diagnosticar os reflexos desta mesma intervenção no contexto maior”.

Cohen e Franco (2011, p. 134), numa definição bastante simples e esclarecedora, assim dispõem acerca da efetividade: “Diz-se que a efetividade constitui a relação entre os resultados e o objetivo”. Deve-se ressaltar que a presente pesquisa, na qual se avaliou o critério da efetividade, não teve por base a existência de indicadores. Pretendeu-se, sim, por meio de um estudo qualitativo, avaliar o programa Procon Mirim, levando-se em consideração, como ponto central, os próprios sujeitos participantes. Trata-se, portanto, de uma avaliação centrada nos participantes (WORTHEN, 2008). Ademais, por se tratar de uma avaliação de política social, o estudo centrou-se nas consequências da política pública no contexto social, e não no processo da política pública.

2.2 Cidadania

Primeiramente, cumpre-se ressaltar que o conceito de cidadania é histórico, aberto e, como tal, encontra-se em permanente construção. Numa abordagem mundial, costuma-se considerar que já na Antiguidade, por volta do século VIII a.C., os profetas Isaías e Amós pregavam a favor do povo e contra os opressores.

Entretanto, foi na Grécia Antiga que o conceito ganhou contornos mais definidos, muito embora com um significado ainda muito excludente, pois Platão e Aristóteles pregavam serem cidadãos apenas os que possuíam condições de opinar sobre os rumos da sociedade. Dentre as condições exigidas estava a de que fosse um homem que não necessitasse de trabalhar para a sobrevivência; eis que opinar nas questões públicas implicava a necessidade de dedicação integral. Assim, muitos estavam excluídos desse *status* de cidadão, dentre eles as mulheres, os escravos, os artesãos e os estrangeiros. Além disso, a cidadania grega era compreendida apenas como exercício de direitos políticos, identificados com a participação nas decisões sobre a coletividade.

Em Roma também se encontrava patente a ideia de cidadania como sinônimo da capacidade para exercer direitos políticos e civis. A cidadania romana era atribuída

somente aos homens livres, porém nem todos os homens livres eram considerados cidadãos, visto que a cidadania era atributo exclusivo dos patrícios.

No período Medieval, em razão da índole hierarquizada das estruturas em classes sociais, diluiu-se o conceito de cidadania. O homem medieval ou era vassalo, ou servo, ou suserano; jamais foi cidadão. Pode-se afirmar com isso que os princípios de cidadania e de nacionalidade dos gregos e dos romanos estiveram “suspensos” e somente foram retomados com a formação dos Estados modernos, a partir de meados do século XVII. Assim, foi na Idade Moderna que surgiu a preocupação de definir quais são os membros do Estado Moderno, portanto pode-se afirmar que a ideia atual de nacionalidade e de cidadania só foi realmente fixada a partir da Idade Contemporânea.

No Brasil a história da cidadania, ao contrário do que ocorreu em outras partes do mundo, não foi construída pelos próprios “aspirantes a cidadãos”, o povo brasileiro. Revendo a história, pode-se identificar que os direitos, em vez de conquistados, foram concedidos pelo Estado brasileiro, com base nas ideias de Estado como “pai protetor” e na noção de direitos como dádivas, e não obrigação, dever do Estado. Segundo Carvalho (2003), essa concepção é oriunda do que ele denomina de cultura estadista ou governista. Tudo isso contribuiu para se ter uma visão míope de cidadania, o que dificulta ainda mais a sua verdadeira construção.

Além disso, segundo Carvalho (2003) e Pinsky (2003), no Brasil houve a inversão da pirâmide dos direitos fundamentais, ou seja, aqui os direitos sociais vieram antes dos direitos políticos, durante o período conhecido como Era Vargas, como fruto de negociação de cada categoria com o governo.

Momento marcante na trajetória do conceito no Brasil é, indubitavelmente, a promulgação da Constituição da República de 1988, que, de forma muito apropriada, é conhecida como “Constituição Cidadã”, trazendo a cidadania no seu artigo 1º, II, como sendo um dos fundamentos da República Federativa do Brasil:

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

II - a cidadania.

Para o eminente constitucionalista, Dallari (1998, p. 35):

A cidadania expressa um conjunto de direitos que dá à pessoa a possibilidade de participar ativamente da vida e do governo de seu povo. Quem não tem cidadania está marginalizado ou excluído da vida social e da tomada de decisões, ficando numa posição de inferioridade dentro do grupo social.

Desta feita, analisando esse conceito, pode-se afirmar que hodiernamente a cidadania é *conditio sine qua non* para a participação da vida social. A cidadania abrange não apenas um conjunto de direitos políticos, mas também direitos civis, sociais e os chamados direitos difusos e coletivos, dentre este o direito do consumidor.

Outra abordagem significativa da cidadania é encontrada em Jacobi (2000, p. 42):

A nova dimensão da cidadania inclui, de um lado, a formação de cidadãos enquanto sujeitos sociais ativos e, de outro, para a sociedade como um todo, um aprendizado de convivência com esses cidadãos emergentes que recusam permanecer nos lugares que lhe foram definidos social e culturalmente.

Dada a sua importância, o tema cidadania ganhou centralidade, inclusive na obra de Freire (1993). Com muita perspicácia o autor contesta a cidadania liberal e a neoliberal, e defende uma cidadania como uso pleno dos direitos e deveres pelos cidadãos, entendidos como “indivíduos no gozo dos direitos civis e políticos de um Estado” (FREIRE, 1993, p.64).

Inovadora, também, é a perspectiva de Canclini (1999), segundo o qual se deve transpor o conceito de cidadania manipulado pelos juristas. Segundo o autor:

A cidadania e os direitos não falam unicamente da estrutura formal de uma sociedade; além disso, indicam o estado da luta pelo reconhecimento dos outros como sujeitos de “interesses válidos, valores pertinentes a demandas legítimas” (p. 47).

O conceito de cidadania no Brasil, conforme salientado, abrange uma multiplicidade de direitos elencados na carta constitucional, dentre eles o direito do consumidor, conforme se depreende *in verbis*:

Artigo 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
XXXII – o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor.

O mandamento constitucional supramencionado encontra-se no título dos direitos e das garantias fundamentais, conseqüentemente a defesa do consumidor brasileiro torna-se essencial para a construção de uma cidadania que, por longo período, foi sinônimo apenas de direitos políticos.

Entretanto essa faceta da cidadania, qual seja, a cidadania do consumidor, muitas vezes está eivada de uma série de equívocos, a começar pela tentativa de incutir no

pensamento dos indivíduos que a melhor forma de nos sentirmos cidadãos está na nossa capacidade de praticar atos de consumo, atos estes que nos levam a fazer parte da “moderna sociedade de consumo”, numa visão reducionista de cidadão.

Nesse diapasão, Burgarelli (2010) afirma que

o que se percebe de uma forma muito constante é o reducionismo do cidadão em mero consumidor, podendo ser analisado apenas no momento da relação consumerista, numa visão que destrói inclusive a pluralidade humana. O caminho deve ser exatamente o oposto. Deve-se fazer é uma construção cidadã do consumidor, isto é, toda uma teoria em que o consumidor se torne cidadão em sua luta diária na tensão que de fato existe, que é o conflito capital-trabalho, presente efetivamente no fenômeno de consumo, em que se tem o capitalista buscando a obtenção do lucro e o consumidor obter o mínimo de satisfação.

Já para Canclini (1999), diante de uma espécie de “crise do cidadão político”, as mudanças na maneira de consumir alteraram as formas de exercer a cidadania. O autor afirma ainda que

homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertencem e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses- recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que nas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos (p. 37).

Ainda segundo o autor, a cidadania do consumidor está intrinsecamente associada ao que ele denomina de “cidadania cultural”:

[...] ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento, e fazem com que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades (p. 46).

Já Portilho (2005) caracteriza assim essa nova dimensão da cidadania:

Essa nova noção de cidadania constitui um processo de aprendizado social e de construção de novas formas de relações sociais e práticas políticas. Assim, é possível compor um novo quadro de referência que dê conta da diversidade de questões emergentes, muitas delas nem percebidas, como, por exemplo, as práticas de consumo. Afinal, novas formas de cidadania estão surgindo, uma vez que o capitalismo moderno está sendo transformado e nos molda não só na esfera da produção, mas também na do consumo. Trata-se de um aprendizado de convivência e negociação entre esses cidadãos emergentes – que se recusam a permanecer nos lugares que lhes foram destinados – e a sociedade civil de modo geral (p.35).

Reconhecendo a estreita ligação entre consumo e cidadania é que “devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos” (CANCLINI, 1999, p. 55).

Entretanto, tornar o consumo um lugar de exercício da cidadania é uma árdua tarefa. Necessário se faz transpor ou minimizar o desequilíbrio que de fato existe nas relações consumeristas, para que seja possível atingir a verdadeira cidadania ou cidadania real. Neste sentido, salienta Gomes (2003, p. 173):

A cidadania real implica igualdade social, associada à participação e ao controle social. A concepção liberal de cidadania coaduna-se com o reconhecimento de que iguais em direitos formais sejam socialmente desiguais.

Reflexão interessante sobre o consumo e a cidadania também é apresentada por Santos (1998). Segundo ele, a “vitória” do consumo como um fim em si mesmo é o que levou a retrocessos quanto às conquistas sociais e políticas, “quando se confunde cidadão e consumidor, [e] a educação, a moradia, a saúde [e] o lazer aparecem como conquistas pessoais, e não como direitos sociais. Até mesmo a política passa a ser uma função do consumo” (p. 127). Assim, se o cidadão é reduzido ao papel de consumidor, suas ações passam a se concentrar na esfera privada do consumo. Do consumidor são exigidos papéis cada vez mais variados, da obrigação cívica à participação política, por meio da atitude de “votar com a carteira”, essa nova forma de exercício de “seus direitos”. Ao mesmo tempo a noção de cidadania é apropriada pelo ideal liberal, por meio do consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo em que somente alguns são considerados cidadãos. Assim, passa a ser considerado “cidadão” apenas aquele que participa do mercado consumidor.

Contudo, Santos (1998, p. 51) ressalta que a alienação “não pode ser eterna, nem mesmo duradoura, a menos que os homens todos se houvessem petrificado, transformados inapelavelmente em coisas, e isso para toda a eternidade”. Para o autor, o cotidiano será a escola da “desalienação” e o lugar da descoberta, lugar em que “o homem se recusa a reproduzir como certos os comportamentos impostos pela sociedade de massa”. Assim, “a alienação acaba por gerar o seu contraveneno, a desalienação”.

Sem dúvida, concretizar a cidadania do consumidor é um dever de toda a sociedade, incluindo o Estado e os próprios “cidadãos consumidores”, que com suas ações podem contribuir ou não para a “existência real” desse novo modo de se vivenciar a cidadania. Essa concretização perpassa, indubitavelmente, pela preocupação com a

educação do consumidor, que constitui o que se poderia chamar de *conditio sine qua non* da cidadania do consumidor. Não há como se pensar em exercício da cidadania por meio do consumo, se este exercício embasar-se na alienação e transformação do sujeito consumidor em simples coisa (objeto) no mercado de consumo.

2.3 O movimento consumerista no mundo e no Brasil, o surgimento do CDC e a emergência da Política Nacional das Relações de Consumo

A Revolução Industrial, a partir da segunda metade do século XVIII até a primeira do século XX, fez com que o mundo experimentasse profundas transformações, especialmente no campo do trabalho e do consumo (LIMA, 2000). Embora a industrialização tenha trazido uma infinidade de benefícios à população, trouxe também uma série de mazelas sociais, especialmente no mundo do trabalho. Foi assim que começaram a surgir movimentos sociais com o objetivo de estabelecer a proteção nas relações trabalhistas. A partir do surgimento desses movimentos despontou o movimento consumerista, conforme salienta Filomeno (1999, p. 62):

[...] que o chamado movimento consumerista, tal qual nós conhecemos hoje, nasceu e se desenvolveu a partir da segunda metade do século XIX, nos Estados Unidos, ao mesmo tempo em que os movimentos sindicalistas lutavam por melhores condições de trabalho.

Pode-se afirmar, ainda, que esse movimento surgiu à medida que a “velha sociedade de produtores” passou a ser substituída pela “moderna sociedade de consumidores” (BAUMAN, 1999).

Conforme salienta Sodré (2009), nas palavras de Neil McKendrick (1982), a sociedade de consumo  , ao lado da demanda da Revolu o Industrial, um dos v rtices da estrutura econômica da sociedade industrial moderna.

No mesmo sentido, Almeida (2011, p. 19) aponta que: "Era natural que a evolu o das rela es de consumo acabasse por refletir nas rela es sociais, econ micas e jurídicas." Ainda, segundo o autor: “A produ o e o consumo em massa geraram a sociedade de massa, sofisticada e complexa”.

Dessa forma, Sodré (2007, p. 53) define a sociedade de consumo como

aquela na qual, tendo fundamento em rela es econ micas capitalistas, estão presentes, pelo menos, cinco externalidades: (I) produ o em série de produtos; (II) distribui o em massa de produtos e serviços; (III) publicidade em grande escala no oferecimento dos mesmos; (IV) contrata o de produtos e serviços via contrato de

adesão; e (V) oferecimento generalizado de crédito direto ao consumidor.

No campo jurídico, sabe-se que as primeiras legislações protetivas do consumidor surgiram nos Estados Unidos, sobretudo após a célebre mensagem do Presidente Kennedy ao Congresso norte-americano, em 15/3/1962, que assim proclamou:

Ao Congresso dos Estados Unidos:

Consumidores, por definição, somos todos nós. Eles são os maiores grupos econômicos da economia, afetando e sendo afetados por quase decisão econômica pública ou privada. Os consumidores respondem por dois terços de tudo gasto na economia. Mas eles são o único grupo importante na economia que não são efetivamente organizados cuja opinião frequentemente não é ouvida.

No Brasil, o movimento consumerista se deu de forma diferente dos outros países, haja vista que aqui o Estado tomou para si o dever de promover e garantir os direitos dos consumidores, como reflexo da visão de Estado “pai protetor” vigente no País.

Segundo Lima (2000) e Silva (2007), a década de 1970 tornou-se um marco nas formações dos hábitos de consumo de todas as classes sociais no Brasil, especialmente com a forte influência da televisão. A partir desse momento, o Brasil ingressou definitivamente na sociedade de consumo, passando a surgir no País uma série de associações voltadas para a defesa dos consumidores.

A expansão das associações de defesa do consumidor ganhou destaque nos anos de 1980, quando se vivenciava aqui o período conhecido como redemocratização. Dentre as muitas associações instituídas destaca-se o Instituto de Defesa do Consumidor (IDEC), criado por consumidores em São Paulo em 1987, considerado uma referência em matéria de defesa do consumidor.

Como resultado da força dos consumidores e de suas associações, e tendo em vista a necessidade de proteção das relações consumeristas, o Estado brasileiro garantiu na Carta Magna de 1988, em seu artigo 5º, incisos XVII e XVIII, a liberdade de criação e funcionamento de associações, e no inciso XXXII, o dever do Estado de promover a defesa do consumidor.

Tendo em vista as exigências do movimento consumerista e a previsão constitucional da defesa do consumidor, tornou-se necessária a elaboração de uma legislação infraconstitucional que promovesse a proteção do consumidor brasileiro, o

que se concretizou em 1990, com o Código de Defesa do Consumidor. Deve ser ressaltado que no final dessa década o Brasil já contava com mais de 50 organizações de defesa do consumidor, distribuídas nas diversas regiões do País (LAZZARINI, 1997).

Segundo Almeida (2011), a preocupação com a defesa do consumidor no Brasil é recente. Os primeiros discursos alertando para a gravidade do problema da vulnerabilidade do consumidor foram proferidos entre 1971 e 1973, pelo então Deputado Nina Ribeiro. Já em 1978 surgiu o primeiro órgão estadual de Defesa do Consumidor, o Procon de São Paulo, criado pela Lei nº 1.903/78.

No âmbito federal, apenas em 1985 foi criado, pelo Decreto nº 91.469, o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, posteriormente extinto e substituído pela Secretaria Nacional de Direito Econômico (SNDE).

No entanto, indiretamente, a temática da defesa do consumidor no Brasil teve seu primeiro registro no Decreto nº 22.626/1933, que tinha por objetivo a coibição da usura. Depois, tem-se o registro das normas constitucionais de proteção à economia popular na Constituição de 1934, nos artigos 115⁶ e 117⁷. Em seguida, o Decreto-Lei nº 869/1938 e depois o nº 9.840/1946 trataram dos crimes contra a economia popular, tendo sido substituídos, em 1951, pela ainda vigente Lei de Economia Popular (Lei nº 1.521/1951).

Importante também na defesa do consumidor, ainda que reflexamente, é a Lei de Repressão ao Abuso do Poder Econômico, Lei nº 4.137/62, que criou o CADE – Conselho Administrativo de Defesa Econômica.

Em 1985, outro passo importante foi dado em direção à proteção do consumidor no Brasil, com a promulgação da Lei nº 7.347, que rege a Ação Civil Pública de responsabilidade por danos causados ao consumidor, dentre outros bens tutelados⁸, representando o marco jurídico da tutela jurisdicional dos interesses difusos em nosso país.

⁶ Art. 115 – A ordem econômica deve ser organizada conforme os princípios da Justiça e as necessidades da vida nacional, de modo que possibilite a todos existência digna. Dentro desses limites, é garantida a liberdade econômica.

Parágrafo único – Os Poderes Públicos verificarão, periodicamente, o padrão de vida nas várias regiões do País.

⁷ Art. 117 – A lei promoverá o fomento da economia popular, o desenvolvimento do crédito e a nacionalização progressiva dos bancos de depósito. Igualmente providenciará sobre a nacionalização das empresas de seguros em todas as suas modalidades, devendo constituir-se em sociedades brasileiras as estrangeiras que atualmente operam no País.

Parágrafo único – É proibida a usura, que será punida na forma da Lei.

⁸ Além da defesa do consumidor, a Lei nº 7.347/85 cuida ainda da ação de responsabilidade por danos causados ao do meio ambiente e a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico.

Representando a vitória mais importante na caminhada em prol da defesa do consumidor, a inserção da temática na Constituição de 1988, não apenas no artigo 5º, inciso XXXII da Carta Magna do Brasil de 1988, no rol *Dos Direitos e Garantias Fundamentais*, como também no seu artigo, 170, V, que se acha inserido no Título VII *Da Ordem Econômica e financeira*, Capítulo I *Dos Princípios Gerais da Atividade Econômica*, revela a preocupação do Estado brasileiro com a proteção do consumidor, a fim de garantir certo equilíbrio nas relações de consumo.

Para tanto, tornou-se necessária a elaboração de uma lei específica que fosse capaz de abarcar todas as peculiaridades existentes nas relações consumeristas, minimizando o seu desequilíbrio natural.

Nesse sentido, Bonatto (2003, p. 72) relata que “as regras de proteção e de defesa do consumidor surgiram, basicamente, da necessidade de obtenção de igualdade entre aqueles que eram naturalmente desiguais”.

Eis que surge, então, o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 11 de agosto de 1990, que trouxe, em seu bojo, uma série de inovações para o universo jurídico brasileiro, entre as quais os conceitos de consumidor e de fornecedor, a adoção da responsabilidade objetiva e a inversão do ônus da prova. Sua gênese teve como elemento impulsionador o movimento da relação de consumo, que desde a década de 1970 vinha sendo atuante na formação de associações que visavam à defesa e à proteção ao consumidor, conforme mencionado anteriormente.

Além dessas inovações jurídicas, o CDC também assegurou, no artigo 6º, um rol de direitos básicos do consumidor, como a proteção da vida, da saúde e da segurança; a educação e a divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços; a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços; a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, dentre outros. Sendo recheado de valores constitucionais, o Código de Defesa do Consumidor é considerado uma das leis mais democráticas já elaboradas no País.

No seio do CDC, surgiu a Política Nacional das Relações de Consumo, prevista explicitamente nos artigos 4º e 5º do referido diploma legal, como forma de intervenção estatal nas relações de consumo, a fim de corrigir distorções no mercado de consumo, protegendo o consumidor, visto como hipossuficiente.

Os objetivos da Política Nacional das Relações de Consumo encontram-se explicitados no caput do artigo 4º, do CDC, *in verbis*:

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

Pode-se concluir da leitura do citado dispositivo legal que embora o legislador brasileiro tenha utilizado a palavra “objetivo”, na verdade a política pública estudada possui objetivos múltiplos, que se complementam. Analisando os objetivos legais previstos, tem-se que a preocupação em diminuir o desequilíbrio imanente e indissociável das relações de consumo constitui pedra angular do sistema protetivo.

Vale a pena ressaltar ainda que a efetivação dos objetivos instituídos pela Política Nacional das Relações de Consumo constitui *conditio sine qua non* para a conquista da cidadania do consumidor.

Os princípios da referida política pública também se encontram positivados no artigo 4º do CDC, dentre os quais merecem destaque o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo e a educação e informação aos fornecedores e consumidores.

Para execução dessa política pública consumerista, conta o Estado com os instrumentos estatais de ação insertos no artigo 5º, *in verbis*:

Artigo 5º Para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contará o poder público com os seguintes instrumentos, entre outros:

- I – manutenção de assistência jurídica, integral e gratuita para o consumidor carente;
- II – instituição de Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor, no âmbito do Ministério Público;
- III – criação de delegacias de polícia especializadas no atendimento de consumidores vítimas de infrações penais de consumo;
- IV – criação de Juizados Especiais de Pequenas Causas e Varas Especializadas para a solução de litígios de consumo;
- V – concessão de estímulos à criação e desenvolvimento das Associações de Defesa do Consumidor.

Além dos órgãos mencionados, o Estado brasileiro conta ainda com SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, conforme salienta o artigo 105 do CDC, que assim dispõe: “Art.105. Integram o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e os municipais e as entidades privadas de defesa do consumidor”.

Segundo dados do Ministério da Justiça, apenas para fins exemplificativos da referida estrutura estatal de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, contamos atualmente com nove Agências Reguladoras do Executivo Federal, cinco Comissões de Defesa do Consumidor, 19 Delegacias Especializadas de Defesa do Consumidor, 27 PROCON estaduais, 660 PROCON municipais, 36 Promotorias do Consumidor, dentre outros órgãos.

2.4 Educação do Consumidor

Conforme apontando por Sodré (2009, p. 11)

existe um conflito básico na sociedade de consumo: o acesso ao consumo. Além deste, um outro se coloca: a insuficiência de informações para que se possa consumir com um mínimo de eficiência, garantia e segurança. A ausência de recursos econômicos exige a necessidade de se gastar o pouco que se tem da forma mais adequada possível. O problema é que a grande fonte de informações dos consumidores é a publicidade comercial, que, por sua vez, não tem como objetivo informar corretamente os consumidores, mas vender seus produtos.

Assim, com o objetivo de colaborar para a solução de um dos conflitos citados, surge a educação do consumidor, que pode ser definida como “o processo de aprender a administrar recursos pessoais e influenciar as decisões sociais, políticas, tecnológicas e ambientais que afetam o bem-estar dos consumidores” (BANNISTER; MONSNA, 1980 *apud* SILVA, 2006).

No mesmo sentido, Martin (2001, p. 301), dispõe que:

La educación para el consumo ha de entenderse como un proceso permanente que tiene por finalidad aportar al ciudadano de forma gradual, secuenciada y acorde con su nivel educativo toda una serie de elementos cognitivos, procedimientos y técnicas de trabajo, que le permitan desarrollar actitudes conscientes, críticas y solidarias, sintiéndose libre y satisfecho de actuar de forma responsable ante los hechos de consumo.

Analisando esses conceitos, pode-se afirmar que a educação do consumidor constitui importante instrumento para o exercício de um consumo cidadão, emancipador, indo além do consumo irracional e irrefletido propagado pela sociedade. Isto é, não se trata apenas de formar cidadãos capazes de se adaptar às novas regras de mercado impostas pela globalização, mas de formar seres humanos capazes de construir um pensamento alternativo e transformador da realidade (SCHMELKSES, 2002).

Sua importância centra-se, especialmente, nos benefícios que ela proporciona para os indivíduos, para a sociedade e para o próprio setor produtivo. Com relação ao indivíduo, a educação do consumidor capacita-o ao consumo crítico e consciente, na medida em que proporciona a sua autoconfiança e independência no mercado.

Nesse diapasão, Bannister (1993) destaca quatro benefícios da educação do consumidor para os indivíduos: **confiança** (a educação do consumidor pode instilar sentimentos de otimismo, independência e satisfação); **ceticismo** (protege os consumidores contra promoções falsas e enganosas de produtos e serviços); **conhecimento** (inclui a capacidade de absorver princípios gerais e de aplicar informações relevantes no processo de tomada de decisão relacionada ao consumo); e **longevidade** (obter conhecimento e habilidades em relação ao consumo é um processo que dura a vida toda, e os conceitos da educação do consumidor são transferíveis para outras situações e épocas distintas).

Em relação aos seus benefícios para a sociedade, a educação para o consumo contribui para a formação de cidadãos mais ativos, capazes de participar e de se fazer ouvir nos debates sobre políticas públicas que envolvam o consumo (SILVA, 2006). Neste mesmo sentido, Wells e Atherton⁹, *apud* McGregor (1999, p. 207), afirmam que “a educação do consumidor beneficia a sociedade como um todo ao criar cidadãos mais ativos e mais bem informados”.

Para o setor produtivo, sua importância vem sendo paulatinamente reconhecida pelo mercado, existindo inclusive o slogan “um consumidor educado é nosso melhor cliente.” Dada a sua importância, a educação do consumidor foi prevista no CDC como um dos princípios orientadores da Política Nacional das Relações de Consumo (artigo 4º, IV) e como direito básico do consumidor, conforme se segue:

Artigo 4º, IV: **a educação e informação de fornecedores e consumidores**, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas a melhoria do mercado de consumo (grifo nosso).

Artigo 6º, II: **a educação** e divulgação sobre o consumo adequado dos produtos e serviços, asseguradas a liberdade de escolha e a igualdade nas contratações (grifo da autora).

A educação mencionada nos referidos dispositivos abrange a educação informal e a não formal, que contribuem para a formação de cidadãos consumidores mais conscientes de seus direitos e deveres.

⁹ J. Wells & M. Atherton . *Consumer Educacion: learning for life*. Consumer 21. Autumm, 1998.

No Brasil são vários os órgãos estatais e as associações da sociedade civil que se preocupam com a temática e desenvolvem programas de educação do consumidor, uma vez que se reconhece que é apenas por meio dela que se pode falar em efetividade da PNRC, do CDC e, conseqüentemente, em promoção da cidadania do consumidor.

Dentre os órgãos que se preocupam com a tutela do consumidor, pela promoção de sua educação para atuar no mercado de consumo, destaca-se o Procon-MG, com seu “Procon Mirim”, objeto de avaliação na presente pesquisa.

Sabe-se que o conceito de educação na sociedade contemporânea é amplo, abrangendo toda ação ou prática social que ocorre no âmbito das instituições sociais. Segundo Libâneo (1992, p. 22), a educação corresponde

ao processo de desenvolvimento [...] da personalidade, envolvendo a formação de qualidades humanas, [...] tendo em vista a orientação da atividade humana na sua relação com o meio social, num determinado contexto de relações sociais.

Desta feita, pode-se afirmar que a educação “é processo por consistir de transformações sucessivas tanto nos sentido histórico quanto no de desenvolvimento da personalidade” (LIBÂNEO, 1992, p. 22).

Levando-se em consideração toda a importância transformadora da educação, ela está prevista na Constituição de 1988, como direito social, nos seguintes termos:

Artigo 205. A educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho (grifo nosso).

Para alcançar a aludida “cidadania”, é necessária a garantia da “cidadania do consumidor”. Assim, a educação do consumidor revela-se como a forma mais eficiente de se garantir que os cidadãos consumidores adquiram conhecimentos capazes de transformá-los em pessoas conscientes e responsáveis para lutar pelos seus direitos e deveres nas relações consumeristas.

Além disso, com a educação dos consumidores evita-se a prática de um número infindável de abusos contra os seus direitos, que vão desde a propaganda enganosa e abusiva até contratos leoninos, além de impedir a ocorrência de diversos problemas que afligem as famílias brasileiras, como o superendividamento.

Com o intuito de promover a educação dos consumidores, vários órgãos de defesa do consumidor criaram programas que constituem formas de educação informal

(aquela obtida por meio de ações no ambiente sociocultural) e não formal (realizada no âmbito das instituições educativas fora dos marcos institucionais, mas com certo grau de estruturação) dos consumidores, haja vista que no Brasil inexistia a previsão da educação do consumidor como matéria formal e obrigatória nos currículos escolares.

Conforme salientado, a educação do consumidor foi prevista pelo Ministério da Educação como tema transversal a ser trabalhado em sala pelos professores das disciplinas obrigatórias, segundo os parâmetros curriculares nacionais instituídos pelo órgão, em 1998. A importância de trabalhar o tema de forma transversal é entendida pela Secretaria Fundamental do Ministério da Educação como um

compromisso com a construção da cidadania que necessita de uma prática educacional voltada para a compreensão da realidade social e dos direitos e responsabilidades em relação à vida pessoal e à afirmação da participação política (BRASIL, 1998, p. 17).

Esse fato evidencia ainda a tentativa de cumprimento da função emancipatória da educação (FREIRE, 2004).

Sobre a importância da inclusão da Educação do Consumidor nos ensinamentos formal ou informal, Moraes e Silva (1997, p. 23) argumentam:

Enquanto os setores produtivos e de comercialização utilizam tecnologias sofisticadas e conhecimentos avançados, abrangendo psicologia, sociologia, comunicação e administração, para criar necessidades e persuadir o consumidor a comprar, este tem ficado sem orientação para atuar. As fontes a que tem acesso para conhecer, escolher e comprar os produtos de que necessita são as mesmas que o produtor e os distribuidores utilizam para promover suas vendas: as propagandas.

Sem dúvida a educação do consumidor concebida como espécie de educação não formal pode ser definida como modelo que abrange técnicas que operam na realidade educacional, obedecendo às diretrizes tituladas pelo MEC e perpassando os conteúdos trabalhados em disciplinas do currículo formal.

Por meio da educação do consumidor, cumpre-se o papel social e emancipador da educação. Para Freire (1993, p. 87),

a libertação é o fim da educação. A finalidade da educação será libertar-se da realidade opressiva. A educação visa a libertação, a transformação radical da realidade, para melhorá-la, para torná-la mais humana, para permitir que os homens e as mulheres sejam reconhecidos como sujeitos da sua história e não como objetos.

Segundo o célebre documento de CEPAL-UNESCO (1992), dentre as funções da educação estão a de preparar o indivíduo para a competitividade econômica e de contribuir para a formação da moderna cidadania. Nessas funções enquadra-se a educação do consumidor.

A relevância da educação do consumidor na construção da cidadania é defendida por Trimboli e Iturra (1997), com base nos seguintes indicadores: a educação do consumidor e a defesa de seus direitos atuam como exigências da cidadania destinada a resguardar níveis adequados de qualidade de bens e serviços. Assim, a educação do consumidor **contribui para o crescimento das economias regionais; contribui para a igualdade social**, à medida que prepara e estimula a defesa dos direitos à saúde, à segurança social e dos demais direitos econômicos e sociais; **contribui para a defesa da qualidade ambiental**; e um movimento de consumidores capacitados, informados, responsáveis e influentes **pode reforçar de forma considerável uma democracia participativa**.

A relação entre cidadania e educação do consumidor, segundo McGregor (1999), faz sentido para que os consumidores se preocupem com o bem-estar da comunidade global e com o impacto do comportamento de consumo individual e coletivo. A autora compreende que, assim como a cidadania, o comportamento de consumo necessita de uma imagem renovada, que não se prenda unicamente a considerações de cunho econômico. Sintetiza a autora:

A cultura de consumo pode ser transformada para que as pessoas sejam provocadas para saírem de seus mundos privados para a comunidade compartilhada, pública, global. Motivar os consumidores para participar no mercado como cidadãos ativos e informados tem sido sempre o objetivo da educação do consumidor e conectá-la com a educação para a cidadania é o meio de fazer desse objetivo uma realidade.

Ainda segundo McGregor (1999), “as pessoas precisam ver a si mesmas como cidadãos-consumidores em um processo de aprendizagem que durará por toda a vida, em que ‘cidadão’ significa um consumidor responsável e socialmente consciente que deseja sacrificar-se pelo bem-comum”.

Portilho (2005), por sua vez, salienta que consumo e cidadania são inseparáveis, por constituírem processos culturais e práticas sociais que dão sentido de pertencimento e identidade ao cidadão consumidor. Além disso, a autora destaca que o consumo é atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias.

Portilho (2005) acrescenta que o grande desafio no que se refere ao consumo é conseguir ligar o individual ao coletivo, o privado ao público, o cotidiano ao médio e ao longo prazo, a sociedade organizada ao Estado.

Assim, a educação do consumidor tem o grande desafio de “quebrar” o que Martín (2001, p. 300) chama de obsessão pelo consumo. Segundo ele,

La obsesión por el consumo está relacionada con los nuevos lazos que unen al individuo con la sociedad, creando actitudes, produciendo comportamientos y educando los gustos de los ciudadanos para fabricar consumidores.

Acrescenta Martín (2001, p. 305) que

la Educación Consumerista reviste un problema especial, al surgir en el seno de una sociedad donde los jóvenes han sido socializados para el consumo desde todas las instancias de socialización. La escuela aparece sobre papel escrito como la responsable de educar a los futuros ciudadanos adultos para que adquieran unos hábitos adecuados.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo discorre-se acerca do percurso metodológico utilizado para atingir os objetivos propostos na pesquisa.

3.1 Método de investigação

A pesquisa refere-se a um estudo de caso de cunho descritivo e de caráter exploratório, para avaliar uma experiência de educação do consumidor, idealizada e executada pelo Procon Estadual em Minas Gerais.

O estudo de caso, segundo Michel (2009), consiste na investigação de casos isolados, *in casu*, de uma experiência de programa de Educação do Consumidor, com o propósito de entender fatos e fenômenos sociais em profundidade. Sua grande vantagem, segundo a autora, é a possibilidade de penetração na realidade social.

O estudo de caso também pode ser caracterizado como uma pesquisa de avaliação que pode ser considerada uma investigação proposta para avaliar programas, projetos e políticas, dentro do seu contexto real (MICHEL, 2009).

Por sua vez, a metodologia da pesquisa qualitativa apresentou-se como abordagem mais adequada para atingir os objetivos que se pretendeu alcançar. Conforme Minayo (1999, p. 10),

as metodologias da pesquisa qualitativa são aquelas capazes de incorporar a questão do significado e da intencionalidade como inerentes aos atos, às relações e às estruturas sociais, sendo essas últimas tomadas, tanto no seu advento, quanto na sua transformação, como construção humana significativa.

3.2 Local de estudo

A pesquisa foi realizada no município de Belo Horizonte, onde se concentra a maior parte das ações do programa de Educação do Consumidor (Procon Mirim), avaliado no presente estudo.

Segundo dados do IBGE (2010), Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, possui área de 331 km² e população de 2.375.151 habitantes.

Ainda segundo dados do IBGE (2010), Belo Horizonte possui 754 escolas de ensino fundamental, 718 de pré-escola e 259 de ensino médio, o que corresponde, respectivamente a 43,6, 41,5 e 15% do total das escolas.

Com relação ao número de matrículas, o IBGE informa que em 2010 foram 341.710 no ensino fundamental, 45.805 na pré-escola e 107.826 no ensino médio, respectivamente 69, 9,2 e 21,8% do total das matrículas no município.

3.3 População e amostra

A população da pesquisa foi constituída de sete servidores do Procon Estadual que executam o Programa de Educação do Consumidor “Procon Mirim” e 76 beneficiários diretos (multiplicadores) do Procon Mirim.

A amostra desta pesquisa foi intencional e abarcou os indivíduos representantes do órgão executor do programa de Educação do Consumidor: cinco servidores responsáveis pela execução do programa, bem como uma amostra constante de 65 participantes das ações do programa Procon Mirim (multiplicadores ou beneficiários diretos), que tiveram “a possibilidade de enxergar a questão sob várias perspectivas, pontos de vista e de observação” (MINAYO, 1999, p. 103).

Em relação aos beneficiários diretos, deve-se salientar que da presente pesquisa participaram os frequentadores de dois cursos de Treinamento de Multiplicadores, um ocorrido em Brumadinho, MG, e o outro ocorrido em Belo Horizonte, MG.

3.4 Coleta de dados

Para a coleta dos dados foram utilizadas as seguintes técnicas: pesquisa documental, entrevistas semiestruturadas, questionários e observação de campo não participante.

3.4.1 Pesquisa documental

Realizada na fase exploratória do estudo, na pesquisa documental foram selecionados, intencionalmente, aqueles documentos capazes de reconstruir a história e a caracterização do programa estudado, bem como o passado da experiência, ou seja, os instrumentos normativos que regem o programa, a avaliação institucional, os relatórios, dentre outros.

Esses documentos subsidiaram, ainda, a fase descritiva do programa, o levantamento da existência ou não de indicadores de avaliação, como também a avaliação do programa a partir da percepção dos beneficiários diretos.

3.4.2 Entrevistas

A fim de obter as percepções dos sujeitos ou atores institucionais acerca da efetividade do Procon Mirim, a técnica de coleta de dados utilizada foi a entrevista semiestruturada, gravada magneticamente e, depois, transcrita integralmente, cujo roteiro foi elaborado com questões abertas, tendo em vista os objetivos da pesquisa (Apêndice B).

Segundo Minayo (1995 p. 109),

o que torna a entrevista um instrumento privilegiado de coleta e informação para as ciências sociais é a possibilidade de a fala ser reveladora das condições estruturais, dos sistemas de valores, normas e símbolos. A entrevista transmite, através de um porta-voz, as representações de grupos determinados em condições históricas, socioeconômicas e culturais específicos.

Para evitar alguns problemas que podem estar presentes na utilização desse instrumento, conforme Triviños (1987), Gil (1991) e Roche (2002), procurou-se, nesta pesquisa, cruzar os dados obtidos nas entrevistas com aqueles obtidos nos documentos escritos e na observação de campo.

3.4.3 Questionários

Aplicou-se um questionário aos participantes dos eventos promovidos pelo Procon Mirim, com o intuito de coletar informações e aprofundar algumas questões, a fim de subsidiar o alcance dos objetivos da presente pesquisa. Os participantes, beneficiários diretos do programa, foram denominados de “multiplicadores”.

O questionário foi elaborado com questões fechadas e abertas (Apêndice A) e enviado aos participantes de dois cursos de Treinamento de Multiplicadores, por meio de correio eletrônico e por intermédio do Procon Estadual. As respostas foram enviadas também por correio eletrônico, diretamente para a pesquisadora.

3.4.4 Observação não participante

Por meio de conversas e relatos informais e da participação, como espectadora, em eventos proporcionados pelo programa, a pesquisadora observou os diversos fatores relacionados aos objetivos e ao alcance da pesquisa.

Por se tratar de observação não participante, a investigadora não tomou parte do estudo como se fosse membro do grupo observado, durante os eventos, mas atuou como espectadora atenta, registrando o máximo de ocorrências que a interessou no caderno de campo.

3.5 Análise dos dados

Para análise dos dados das entrevistas e dos questionários, foram consideradas as falas (discursos) dos entrevistados, com a finalidade de produzir inferências acerca de dados verbais obtidos durante as entrevistas.

Buscou-se interpretar os dados e as mensagens colhidas nas entrevistas e nos questionários aplicados aos sujeitos da pesquisa (beneficiários diretos e sujeitos institucionais).

Para tanto, aplicou-se o método da análise de conteúdo, que pode ser definido como:

Um conjunto de técnicas de análises das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores(quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Levando em consideração os objetivos propostos no presente estudo, a discussão dos resultados centrou-se nos seguintes tópicos: descrição do programa Procon Mirim; avaliação da efetividade do programa à luz da percepção dos beneficiários diretos (multiplicadores); avaliação da efetividade do programa à luz da percepção dos sujeitos institucionais; e comparação entre as percepções dos beneficiários diretos e sujeitos institucionais.

A análise centrou-se em apenas um dos elementos ou critérios de avaliação das políticas públicas, qual seja, a efetividade, vista como o reflexo da política pública no contexto social (CAVALCANTI, 2006).

4.1 Descrição do programa “Procon Mirim”

Nesta seção tem-se uma descrição do Programa Procon Mirim, contemplando sua caracterização, o histórico, o marco jurídico, os objetivos, os princípios ou diretrizes, as principais ações, bem como o mecanismo institucional de avaliação.

Trata-se de uma política pública que tem por finalidade a formação de cidadãos consumidores. Segundo Draibe (2007), é uma forma de intervenção estatal, com o fito de compensar o desequilíbrio do mercado.

Com efeito, o programa de educação do consumidor, objeto de avaliação na presente pesquisa, pode ser visto como exemplo de educação não formal do consumidor. Por meio de ações educativas no âmbito escolar, o “Procon Mirim” visa à capacitação de professores (multiplicadores) para lidar com a questão do consumo nas disciplinas do currículo formal, contribuindo para a construção da cidadania do consumidor. Esta concepção representa com maestria as funções libertadora e emancipadora da educação, salientada por Freire (2004).

Conforme consta da justificativa do próprio Procon-MG para a existência do programa, este representa um instrumento estatal de promoção de cidadania e qualidade de vida, colaborando para a concretização de um dos princípios básicos da Política Nacional das Relações de Consumo, inserta no artigo 4º, IV, do CDC.

O Procon Mirim encontra-se inserido dentro da estrutura da recém-criada Escola Estadual de Defesa do Consumidor (EEDC)¹⁰, representando um dos instrumentos utilizados para o cumprimento de uma das principais atribuições da EEDC, qual seja, a educação dos consumidores e fornecedores¹¹.

O Procon Mirim foi criado em 19 de abril de 2005, pelo Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), órgão da administração superior do Ministério Público de Minas Gerais.

Ele surgiu em substituição ao antigo programa de educação do consumidor denominado “Procon Vai às Escolas”, executado pelo Procon-MG, com o fito de traçar um plano de educação para o consumo que contemplasse ensinamentos duradouros e capazes de provocar reflexões cotidianas e mudanças de comportamento e, consequentemente, atingir as pessoas do convívio de cada estudante.

Para atingir esses objetivos, a coordenação do projeto sugeriu que a educação para consumo se tornasse um tema de sala de aula, privilegiando ações que fornecem aos educadores informações sobre o Direito do Consumidor, bem como materiais para exercer suas atividades no espaço escolar, tornando cada educador um “multiplicador”.

O Procon Mirim, que pode ser caracterizado como forma de implementação da Política Nacional das Relações de Consumo, inserta nos artigos 4º e 5º, da Lei 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor), é regido, no âmbito estadual, pelas seguintes normas jurídicas:

- Resolução Conjunta PGJ Procon nº 1, de 1º de setembro de 2009, que dispõe sobre a cessão dos direitos de reprodução e de distribuição da obra “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, mediante termo específico (Anexo B1).

- Instrução Normativa Procon-MG nº 3, de 13 de junho de 2011, que regulamenta a realização de cursos de treinamento de multiplicadores em educação para o consumo e a distribuição da cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores

¹⁰ Criada pela Resolução Conjunta PGJ Procon Estadual nº 1, de 1º de fevereiro de 2012.

¹¹ Assim dispõe a Resolução Conjunta PGJ Procon Estadual nº 1, de 1º de fevereiro de 2012:

Art. 1º Fica criada a Escola Estadual de Defesa do Consumidor, unidade administrativa subordinada técnica e administrativamente ao Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), cuja finalidade é planejar, coordenar, promover, orientar e controlar a execução das atividades de educação para o consumo desse órgão.

Art. 2º Compete à Escola Estadual de Defesa do Consumidor:

I – promover a educação e a formação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo.

Conscientes”, do seu encarte e do *kit* escolar Procon Mirim no Estado de Minas Gerais e dá outras providências (Anexo B2).

- Resolução Conjunta PGJ Procon Estadual nº 1, de 1º de fevereiro de 2012, que cria, na estrutura do Procon-MG, a Escola Estadual de Defesa do Consumidor, dispõe sobre suas atribuições e dá outras providências (Anexo B3).

Os objetivos do programa encontram-se explicitados no próprio documento institucional que o rege, e estão divididos em objetivo geral e específicos.

O objetivo geral consiste em “despertar nas crianças entre 7 e 12 anos o interesse pelos direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, auxiliando os educadores que trabalham com elas a promoverem a educação para o consumo”.

Quanto aos objetivos específicos, são eles:

- auxiliar na formação de consumidores/fornecedores responsáveis ao estabelecer suas relações de consumo;

- prestar informações e esclarecimentos às crianças entre 7 e 12 anos sobre os direitos e deveres dos consumidores e fornecedores;

- capacitar educadores para atuarem como multiplicadores da educação para o consumo;

- incentivar a interdisciplinaridade do tema educação para o consumo nos ambientes educacionais;

- fomentar, apoiar e acompanhar as ações de educação para o consumo de educadores e dos integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor, principalmente aquelas relacionadas ao uso da cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte; e

- divulgar a educação para o consumo.

No documento que orienta o programa encontram-se previstas diretrizes, que também poderiam ser denominadas de “princípios”, são elas:

- divulgar o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8,078/1990);

- possibilitar a interlocução entre o Procon-MG e as escolas;

- auxiliar na formação de um consumidor atento, que planeja suas relações de consumo e reflete sobre elas realizando escolhas conscientes;

- auxiliar na formação de um fornecedor mais justo, transparente e fiel ao que o Código de Defesa do Consumidor determina; e

- considerar o educador um agente multiplicador essencial para a exploração de conceitos relacionados ao Direito do Consumidor e para a formação de competências na educação para o consumo;

- ampliar a adesão das escolas públicas e particulares do Estado de Minas Gerais ao Programa Procon Mirim, por meio do Procon-MG, promotorias de defesa do consumidor, PROCON municipais, entre outros;

- disseminar a educação para o consumo entre as crianças e os seus familiares;

- adotar um caráter de atuação permanente; e

- pesquisar/produzir materiais/recursos didáticos.

Com base nos objetivos e princípios traçados pelo programa, já descritos, são realizados cursos gratuitos na capital e no interior do Estado de Minas Gerais sobre a temática “Educação do Consumidor”, quais sejam:

- treinamento de Multiplicadores do Programa Procon Mirim: visa à capacitação para o planejamento de ações pedagógicas na promoção da educação para o consumo e é formatado em dois módulos, nos quais são repassadas informações teóricas sobre o Direito do Consumidor e as orientações pedagógicas para se trabalhar o tema em sala de aula. Nesse curso o participante recebe exemplares da cartilha do Procon Mirim, para serem disponibilizados na biblioteca de sua escola (se educador), bem como um exemplar do Código de Defesa do Consumidor e uma camiseta contendo os dez mandamentos do consumidor consciente, além de material informativo e pedagógico referente à temática. Embora tenha como público-alvo escolas e educadores das escolas públicas e privadas de Belo Horizonte e Região Metropolitana, também é ofertado a universitários e aos interessados em geral; e

- treinamento Regional de Multiplicadores: tendo a mesma finalidade e conteúdo do curso anteriormente descrito, sendo seu público-alvo escolas e educadores dos municípios do interior de Minas Gerais, mas também é ofertado a universitários e aos interessados em geral.

A presente pesquisa centrou-se nesses dois tipos de cursos e avaliou a efetividade do programa, levando-se em consideração um Treinamento Regional de Multiplicadores realizado em Brumadinho, em 13/3/2012, e um Treinamento de Multiplicadores realizado em Belo Horizonte, em 9/5/2012.

Interessante destacar, ainda, que o próprio programa Procon Mirim prevê “resultados esperados”, bem como indicadores de avaliação do programa.

Com relação aos resultados, o órgão executor prevê que o “O Programa Procon Mirim tem como objetivo despertar o interesse de crianças entre 7 e 12 anos pelos direitos e deveres de consumidores e fornecedores, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes e responsáveis ao atuar em suas relações de consumo e, conseqüentemente, tornando o mercado de consumo mais justo, transparente e equilibrado.”

O programa prevê ainda indicadores de avaliação, quais sejam:

- número de participantes nos cursos de capacitação;
- número de escolas que implementaram o programa;
- número de municípios que aderiram ao programa;
- número de educadores por escola que aderiram ao programa;
- número de cartilhas e encartes distribuídos;
- quantidade/qualidade dos planejamentos apresentados pelos educadores;
- quantidade/qualidade dos relatos sobre os planejamentos executados encaminhados pelos educadores;
- qualidade das colocações feitas pelos estudantes nas abordagens diretas realizadas pelo Procon-MG; e
- quantidade de estudantes que receberam o kit escolar.

4.2 Avaliação da efetividade do Procon Mirim à luz da percepção dos beneficiários diretos (multiplicadores)

Foram considerados os dados colhidos por meio dos formulários de avaliação institucional e com os questionários aplicados aos beneficiários diretos.

Metodologicamente, a avaliação foi dividida em duas fases distintas: primeiramente a análise centrou-se nos formulários de avaliação institucional, considerando-se apenas os itens necessários para responder aos objetivos da presente pesquisa; em seguida foram analisadas as respostas dos questionários enviados aos multiplicadores participantes do Treinamento de Multiplicadores ocorrido em Belo Horizonte.

4.2.1 Avaliação com base nos formulários de avaliação institucional

Foram analisados os formulários de avaliação institucional (Anexo C), elaborado a partir dos objetivos propostos pelo Procon Mirim. Nota-se, aqui, uma preocupação do órgão executor do programa com a última fase do ciclo das políticas públicas, qual seja, o da avaliação, que pode ser compreendida como a mensuração dos efeitos produzidos pela política na sociedade (SARAVIA, 2006).

Composto por questões fechadas, semiabertas e um campo aberto denominado “Comentários e Sugestões”, nota-se que o principal objetivo da avaliação foi a obtenção de informações necessárias ao aperfeiçoamento do programa de educação do consumidor.

A avaliação institucional foi composta de duas partes: a primeira foi denominada “Pesquisa: Perfil dos Participantes” e a segunda refere-se à avaliação do curso, propriamente dita. Deve-se salientar que o formulário foi respondido pelos participantes ao final do curso.

Foram considerados os dados obtidos por meio dos formulários de avaliação aplicados aos participantes do Treinamento Regional de Multiplicadores, ocorrido em Brumadinho, e aos participantes do Treinamento de Multiplicadores, realizado em Belo Horizonte. Deve-se ressaltar aqui que apenas alguns itens do referido formulário foram considerados, tendo em vista os objetivos da presente pesquisa, a saber: perfil dos participantes, educação para o consumo, ações pedagógicas em Educação para o consumo, avaliação dos assuntos abordados e comentários e sugestões.

4.2.1.1 Avaliação dos participantes do Treinamento Regional de Multiplicadores de Brumadinho

- Perfil dos participantes do Treinamento Regional de Brumadinho

Participaram do curso de “Treinamento Regional de Multiplicadores do Programa Procon Mirim” 62 pessoas, no entanto somente 52 (83,87%) entregaram o formulário preenchido. O grupo foi composto, em sua maioria, por gestores educacionais: 58% coordenadores, 33% diretores e 8% ocupantes de outros cargos, como auxiliar de secretaria e funcionários de Procon.

A maioria dos pesquisados informou possuir formação superior (87%), sendo 37% destes na área de Educação (Pedagogia e Normal Superior).

Os pesquisados informaram, ainda, que trabalham com alunos de faixa extensa (56%) e 27% declaram que trabalham com alunos entre 7 e 12 anos, público-alvo do Procon Mirim.

- Educação para o consumo

Dos 62 entrevistados, 44% dos profissionais da educação declararam que já consultaram o Código de Defesa do Consumidor e 75% declararam conhecer o Procon.

Embora a maioria dos pesquisados tenha demonstrado conhecimento acerca do CDC e do órgão de Proteção ao Consumidor (Procon), um número considerável (44%) desconhecia o tema Educação para o Consumo, a maioria (71%) nunca havia lido bibliografia sobre o assunto e 85% não havia recebido nenhum tipo de informação sobre a temática em seus cursos de formação. Após o curso a maioria (69%) declarou sentir-se preparada para aplicar o tema em sala de aula.

Os dados levantados indicam, de um lado, que a maioria dos educadores tem contato com as normas de defesa do consumidor, entretanto desconhece a temática “educação do consumidor”, imprescindível para a formação cidadã dos alunos, com a contribuição para a formação da cidadania do consumidor, vista por Canclini (1999) e Portilho (2005) como uma nova dimensão da cidadania.

Além disso, pode-se inferir pelos dados obtidos que os cursos de formação, inclusive os universitários, têm demonstrado estar aquém do que propõe Freire (2004) como sendo uma das funções da educação, qual seja, a função de libertar e emancipar o educando.

Por outro lado, tendo em vista os conceitos de efetividade propostos por Belloni, Magalhães e Souza (2000) e Cavalcanti (2006), que podem ser sintetizados como sendo os impactos do programa, tem-se que a maioria dos participantes julgou o programa efetivo no que tange aos conhecimentos adquiridos, haja vista que 69% declararam sentirem-se preparados para discutir a temática em sala de aula.

- Ações pedagógicas em educação para o consumo

A maioria dos pesquisados (58%) declarou que realiza ações sobre o tema Educação para o Consumo no espaço escolar, sob a forma de interpretações de texto, imagens, propagandas, palestras, conversa informal, trabalho com rótulo de produtos, dentre outras formas. Este resultado deve ser visto com certa cautela, pois no item anterior 44% dos pesquisados declaram não conhecer a temática, portanto no máximo 56% dos participantes poderiam ter trabalhado o tema em sala de aula.

Já 33% dos participantes declararam ter dificuldades na abordagem do tema em sala de aula, citando como causas principais a falta de conhecimento sobre o assunto, a falta de material didático específico e apropriado e as dificuldades em adaptação do conteúdo ao currículo formal. Isto explica porque 96% dos educadores manifestaram o desejo de receber sugestões de abordagem do tema.

Nota-se que o fato de a Educação para o Consumo estar prevista como tema transversal da educação, segundo os parâmetros do próprio MEC, não possibilita, de *per si*, a aplicação do conteúdo em sala de aula, seja pela falta de capacitação dos educadores, seja porque o conteúdo do currículo formal não permite a inserção do tema.

- Avaliação dos assuntos abordados no curso

Quanto aos assuntos abordados no curso, os pesquisados deveriam responder à questão, enumerando o item em uma escala de 1 a 3, sendo: 1) não atendeu às expectativas; 2) atendeu às expectativas; e 3) superou as expectativas.

Constatou-se que 65,38% dos entrevistados acharam que o curso atendeu às expectativas; 32,69% que o curso superou as expectativas; e 1,92% não respondeu à questão. O resultado obtido demonstra que quase a totalidade dos pesquisados avaliou satisfatoriamente o conteúdo abordado no curso.

- Comentários e sugestões

Trata-se do único campo aberto do formulário de avaliação institucional. Dentre os pesquisados, a metade (50%) preencheu o campo.

A leitura das respostas obtidas permitiu que se criassem as seguintes categorias de análise: elogio, sugestão, crítica, avaliação de impacto ou efetividade.

A seguir estão listados os conteúdos dos discursos mais representativos dentro de cada uma das categorias mencionadas.

Em relação ao **elogio**, assim se manifestaram.

“Parabéns. As palestras e o tema abordado superaram minhas expectativas. A forma tranquila e segura dos palestrantes é também um ponto forte do curso”.

“Parabenizo os profissionais capacitados que vieram trazer este projeto tão importante para todos nós educadores”.

“Fiquei muito feliz com mais essa oportunidade de aprender. Este assunto é pouco estudado e muito vivido [...]”.

“[...] são competentes e sábios no assunto. Gostei muito!”;

“Parabéns pelos palestrantes”.

“Parabéns pelo conteúdo, material e pelos conhecimentos e segurança dos palestrantes”;

“Foi excelente, pois o tema do curso poucos tem conhecimento e foram valiosas as informações”.

A análise dessa categoria indica que os participantes que se manifestaram no campo aberto avaliaram bem o conteúdo do curso, o material oferecido e o preparo dos palestrantes.

Tratando-se agora da categoria **sugestão**, tem-se:

“Estender o projeto para os adolescentes”.

“Palestras com a comunidade escolar”.

“Gostaria que, se possível, vocês fizessem contato com as prefeituras da redondeza (Rio Manso, Bonfim, Piedade Gerais, etc.) e fossem dar este curso nestas cidades. Para pegar mais público e direcionar mais nosso trabalho”.

“Vocês poderiam divulgar, ‘criar’ (se ainda não tem) uma palestra para alunos e a escola reivindicar a presença de vocês”.

“Concursos: desenhos, frases, slogans, redações através do Procon-MG”.

“Sugiro criação de um material específico para o trabalho com adolescentes”;

“Sobre este tema ter mais tempo para o diálogo que esclarece mais as dúvidas previstas durante a palestra”.

“Sugiro que os aplicadores do curso visitassem as escolas para terem contato direto com os alunos e que o curso fosse ofertado para todos os professores da rede de ensino”.

“[...] blog para os adolescentes opinarem observando acontecimentos”.

“Participação de professores no curso”.

“Sugiro contatos online permanente para monitoramento de proposta de trabalho pedagógico, intercâmbio de experiências ‘boas praticas pedagógicas das escolas’, com publicações, premiação, incluindo nos recursos didáticos os conteúdos da Arte, principalmente o teatro, visitas técnicas ao supermercado, padarias, comércio em geral”.

“Palestras nas escolas com os pais”.

“Faça mais encontros para sanar dúvidas encontradas nas escolas”.

“Premiar melhores experiências realizadas pela escola”.

A grande parte das sugestões apontadas nessa categoria refere-se à importância de se ampliar as ações do Procon Mirim; à criação de mecanismo de monitoramento do programa nas escolas; e ao trabalho do tema diretamente com os alunos (beneficiários indiretos) da política pública.

Na categoria **crítica** foram feitas as seguintes observações:

“O tempo foi pouco para trabalhar um tema tão importante como direito do consumidor”.

No mesmo sentido:

“Poderia ser de carga horária um pouco mais extensa, pois o tema é bastante relevante e atual”.

“Há a necessidade de que o Procon de Brumadinho mostre-se atuante e seja mais divulgado quanto às suas reais possibilidades de intervir nas relações de consumo e que faça valer suas prerrogativas”.

“Faltou a presença de professores”.

Nessa categoria, os pesquisados, a grande maioria dos coordenadores, os supervisores e os diretores de escola ressaltaram a necessidade de trabalhar a temática diretamente com os professores, bem como a necessidade de ampliar da carga horária do curso, tendo em vista a importância e a amplitude do tema.

Significativas também foram algumas manifestações, categorizadas como **avaliação de impacto ou efetividade**:

“Com certeza todas as informações repassadas e o material distribuído contribuirão para a prática em sala de aula e para uma educação de qualidade, incluindo no projeto pedagógico da escola a educação para o consumo, preparando assim os alunos para serem consumidores conscientes. O material fornecido é muito rico em termos pedagógicos e servirá também em nossa vida em todos os sentidos.”

“[...] minha escola, através dos professores, será multiplicadora desses conhecimentos.”

Por fim, a análise dessa última categoria indica que os participantes consideram importantes os conhecimentos adquiridos e se sentem motivados a aplicá-los em suas escolas, demonstrando, assim, a efetividade do Procon Mirim.

4.2.1.2 Avaliação dos participantes do Treinamento de Multiplicadores de Belo Horizonte (Turma 40)

- Perfil dos participantes do Treinamento de Multiplicadores de Belo Horizonte (Turma 40)

Participaram do curso de “Treinamento de Multiplicadores do Programa Procon Mirim” 14 pessoas, sendo que 13 (92,85%) entregaram o formulário preenchido.

O grupo composto por participantes de Belo Horizonte e região metropolitana teve composição bastante heterogênea, no que se refere à sua área de atuação: 23% deles representam escolas públicas, 15% o Procon Municipal, 54% universidades e 8% não informou o órgão que representa.

Do grupo representante dos universitários, 75% são estudantes de Pedagogia, ou seja, futuros educadores.

Apenas 31% dos pesquisados trabalham com a faixa etária de crianças de 7 a 12 anos, público-alvo do Procon Mirim.

- Educação para o consumo

Do público pesquisado, 54% dos participantes declararam que já consultaram o Código de Defesa do Consumidor e 85% que conhecem o Procon.

Embora a maioria dos pesquisados tenha demonstrado conhecimento acerca do CDC e do órgão de Proteção ao Consumidor (Procon), um número considerável (85%) desconhecia o tema Educação para o Consumo e a minoria (31%) recebeu algum tipo de informação sobre a temática em seus cursos de formação.

Após o curso, a maioria dos entrevistados (69%) declarou não se sentir preparada para aplicar o tema em sala de aula.

Nesse ponto, e em comparação com o resultado obtido no mesmo item com os pesquisados no Treinamento Regional de Multiplicadores de Brumadinho, em que a maioria declarou sentir-se preparada para tratar do assunto em sala de aula, é preciso levar em consideração que a turma ora pesquisada, conforme já mencionado, é formada em sua maioria por estudantes, o que explica, em parte, a insegurança manifestada para tratar do tema.

Os dados levantados também indicam, de um lado, que a maioria dos educadores tem contato com as normas de defesa do consumidor, entretanto desconhece a temática “educação do consumidor”, imprescindível para a formação cidadã dos alunos, com a contribuição para a formação da cidadania do consumidor, vista por Canclini (1999) e Portilho (2005) como uma nova noção ou dimensão da cidadania.

Além disso, pode-se inferir pelos dados obtidos que os cursos de formação, inclusive os cursos universitários voltados para a formação de futuros educadores, têm demonstrado estar aquém do que propõe Freire (2004) como sendo uma das funções da educação, qual seja, a função de libertar e emancipar o educando.

Por outro lado, tendo em vista os conceitos de efetividade propostos por Belloni, Magalhães e Souza (2000) e Cavalcanti (2006), que podem ser sintetizados como sendo os impactos do programa, constata-se que a maioria dos participantes julgou de maneira insatisfatória a efetividade do programa no que tange aos conhecimentos adquiridos, haja vista que 69% deles declararam se não sentir preparado para aplicar a temática em sala de aula. Esse relato é o oposto do obtido entre os pesquisados no Treinamento Regional de Multiplicadores de Brumadinho.

- Ações pedagógicas em educação para o consumo

Apenas 7% dos entrevistados afirmaram já ter abordado o tema de Educação para o Consumo no espaço escolar, informalmente. Entretanto, esse dado deve ser visto com certa cautela, pois não se pode perder de vista que a grande maioria dos pesquisados é estudante do curso de Pedagogia, portanto muitos deles ainda não tiveram contato com a sala de aula.

Dois dos pesquisados, o que equivale a 15% dos participantes, declararam ter dificuldades na abordagem do tema em sala de aula, citando como causa principal a falta de projeto na escola para tratar o assunto e a dificuldade em torná-lo atrativo para

as crianças. Todos os pesquisados manifestaram o desejo de receber sugestões de abordagem do tema, o que demonstra interesse em aprofundar o tema.

O fato de a Educação para o Consumo estar prevista como tema transversal da educação, segundo os parâmetros do próprio MEC, não possibilita, de *per si*, a aplicação do conteúdo em sala de aula, inclusive pela falta de capacitação dos educadores, conforme se infere do resultado da avaliação.

- Avaliação dos assuntos abordados no curso

Conforme salientado, o item em questão insere-se na segunda parte da avaliação institucional, referente à avaliação do curso propriamente dita. Para responder à questão os pesquisados deveriam enumerar o item numa escala de 1 a 3, sendo: 1 - não atendeu às expectativas; 2- atendeu às expectativas; e 3- superou as expectativas.

Ao analisar esse item constata-se que 53,84% dos entrevistados afirmaram que o curso atendeu às expectativas; e seis, o que representa 46,15% dos pesquisados, disseram que o curso superou as expectativas.

Os resultados obtidos demonstram que todos os pesquisados avaliaram satisfatoriamente o conteúdo abordado no curso, e um número considerável, quase 50%, afirmou que o curso superou as expectativas.

- Comentários e sugestões

Conforme mencionado, este foi o único campo aberto do formulário de avaliação institucional. Esse campo foi preenchido por 69% dos pesquisados.

A leitura das respostas obtidas permitiu que se criassem as seguintes categorias de análise: elogio, sugestão e avaliação de impacto ou efetividade. A seguir serão analisados os conteúdos dos discursos mais representativos dentro de cada uma das categorias citadas.

Em relação ao **elogio**, assim se manifestaram:

“Apresentação muito esclarecedora. Todo assunto abordado de maneira informativa e enriquecedora”.

“Sensacional essa iniciativa do Procon”.

“O curso foi muito bom, os palestrantes foram bem claros em suas explicações, mostraram segurança e domínio sobre os assuntos propostos”.

A análise dessa categoria indica que os participantes que se manifestaram no campo aberto avaliaram bem o conteúdo do curso, bem como a forma de apresentação do assunto e o preparo dos palestrantes. Um dos pesquisados salientou, ainda, a importância da iniciativa do Procon, com a criação do Procon Mirim.

Tratando-se agora da categoria **sugestão**, tem-se:

“Promover mais encontros”.

“Palestras na escola com todo o corpo docente e posteriormente para os estudantes”.

“Interessante colocar na pasta o que foi apresentado, evitando a ansiedade por copiar”.

“Sugiro que haja maior divulgação tanto desse curso como para os jovens”.

Como na turma de Brumadinho, grande parte das sugestões apontadas nessa categoria refere-se à importância de ampliar as ações do Procon Mirim e a necessidade de trabalhar o tema diretamente com os alunos (beneficiários indiretos) da escola pública.

Algumas manifestações interessantes foram categorizadas, como **avaliação de impacto ou efetividade**:

“Vou divulgar o curso no colegiado da FAE, pois acredito que o curso é de grande importância para nossa formação em primeiro lugar como cidadãos e consumidores, mas também como futuras educadoras”.

“Achei muito válido esse trabalho e pretendo reproduzi-lo nas minhas relações sociais (escola, ONG, igreja)”.

A análise dessa categoria indica que os participantes consideram importantes os conhecimentos adquiridos e se sentem motivados a reproduzi-los em seu meio social, demonstrando, assim, a efetividade do Procon Mirim, inclusive na promoção da cidadania, conforme salientado por um dos pesquisados.

4.2.2 Avaliação com base nos questionários

O questionário foi enviado por correio eletrônico a todos os 76 participantes dos cursos de Brumadinho e Belo Horizonte, e foi elaborado para ter questões fechadas, semiabertas e abertas.

As questões fechadas referem-se à identificação dos participantes; as semiabertas à avaliação do curso; e as abertas buscam aprofundar a avaliação, tendo em vista os objetivos traçados pela pesquisa.

Os questionários foram enviados no mês de julho de 2012 a todos os participantes, com o objetivo de obter um número considerável de respostas dos beneficiários diretos (multiplicadores) dos dois cursos considerados. O envio no mês de julho também teve como fito receber o *feedback* dos participantes dos eventos logo tempo sua realização, depois de uma reflexão mais apurada e de tentativas de aplicação dos conhecimentos adquiridos.

No entanto, somente na turma de Belo Horizonte obteve-se um número significativo de respostas, qual seja, cinco, o que representa 35% dos participantes. Por esta razão, neste item foram considerados apenas os questionários aplicados aos participantes do Treinamento de Multiplicadores do Programa Procon Mirim de Belo Horizonte (Turma 40).

A análise dos resultados foi realizada em três partes distintas, a saber: perfil dos participantes, avaliação do curso oferecido e questões-temas de aprofundamento.

Para cada tema avaliado foram transcritas as respostas dos entrevistados, que foram interpretadas no seu conjunto, buscando as tendências do grupo pesquisado.

Para facilitar a análise dos dados, os beneficiários foram tratados como: BD1 (beneficiário direto 1), BD2 (beneficiário direto 2), BD3 (beneficiário direto 3), BD4 (beneficiário direto 4) e BD5 (beneficiário direto 5).

- Perfil dos participantes

Dos cinco respondentes, 60% são do município de Belo Horizonte e 40% do município de Contagem. Quanto à instituição que representam, 40% deles são alunos de graduação do curso de Pedagogia, 40% são educadores representantes de escola pública e 20% são servidores do Procon Municipal de Contagem.

Com relação ao grau de escolaridade, 60% possuem curso superior completo e 40% curso superior incompleto de Pedagogia.

- Avaliação do curso oferecido

A avaliação do curso oferecido, que se insere na segunda parte (semiaberta) do questionário, foi baseada na avaliação institucional. Foi constituída de uma pergunta aberta e cinco semiabertas. Para responder às questões semiabertas os pesquisados deveriam enumerar o item numa escala de 1 a 3, sendo: 1) não atendeu às expectativas; 2) atendeu às expectativas; e 3) superou as expectativas.

- Expectativas em relação ao curso

Questionados acerca de quais eram suas **expectativas** antes da realização do curso, os pesquisados assim se manifestaram:

O BD1 respondeu: “Gostei muito dos temas abordados, da didática com que foi transmitido o curso e o objetivo do programa que, certamente, é uma grande obra que vale a pena investir, principalmente para nossos futuros alunos e comunidades que estaremos envolvidas”.

O BD2, por sua vez, afirmou que suas expectativas eram: “Adquirir conhecimento na área do direito do consumidor e refletir sobre como a futura geração de consumidores está sendo educada”.

O BD3 assim declarou: “Aprender um pouco mais sobre direitos do consumidor e como levar isso para as escolas”.

Continuando a análise, assim se manifestou o BD4: “As melhores expectativas, por ser um assunto de extrema importância e que acredito que iniciado com crianças o resultado futuramente será melhor. Esta consciência que está faltando hoje se trabalhada positivamente atingindo primeiramente a sensibilização de garantir a sobrevivência do planeta gerará bons resultados”.

Por fim, assim se manifestou o BD5: “As minhas expectativas era conhecer os direitos do consumidor e poder ajudar outras pessoas”.

Essas expectativas encontram-se na Tabela 1.

Tabela 1 – Expectativas dos beneficiários diretos sobre o curso “Treinamento de Multiplicadores”. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Qualidade do curso	Temática relevante	40
	Didática	20
Possibilidade de aquisição de conhecimentos	Aquisição de conhecimentos na área de direitos do consumidor	60
	Conscientização de futuros consumidores	20

Fonte: dados da pesquisa.

A análise das respostas indica que, de modo geral, todos os pesquisados tinham expectativas positivas em relação ao curso. Dentre as expectativas mais relevantes destaca-se a manifestada por quatro participantes (BD2, BD3, BD4 e BD5), representando 80% dos pesquisados, que revelaram que eles estão buscando novos conhecimentos acerca dos direitos do consumidor para capacitá-los ao exercício da cidadania do consumidor, essa nova faceta da cidadania tratada por Canclini (1999) e Portilho (2005) como substituta da “velha” cidadania política.

Interessante também a associação feita pela maioria dos pesquisados do curso “Treinamento de Multiplicadores” do Procon Mirim com a aquisição de conhecimentos de direitos do consumidor, o que denota uma visão reducionista de educação do consumidor e do próprio curso, haja vista que ambos tratam de outras temáticas: consumo sustentável e educação financeira.

Analisando os dados obtidos por meio das cinco questões semiabertas, chegou-se aos resultados apresentados na Tabela 2.

Tabela 2 – Avaliação do curso “Treinamento de Multiplicadores” pelos beneficiários diretos. Belo Horizonte, MG, 2012

Itens Avaliados	Não Atendeu às Expectativas	Atendeu às Expectativas	Superou as Expectativas	Não Informado
Assuntos abordados	0	5	0	0
Nível de aprofundamento	0	5	0	0
Material de apoio	0	1	4	0
Conhecimento adquirido com o curso	0	4	1	0
Contribuição para a construção da cidadania	0	3	1	1

Fonte: dados da pesquisa.

Analisando os dados da Tabela 2 constata-se que todos os pesquisados consideraram que os assuntos abordados, bem como o nível de aprofundamento dos assuntos, atenderam às expectativas.

Com relação ao material de apoio oferecido, 80% dos entrevistados afirmaram que ele superou as expectativas e 20%, que atendeu às expectativas.

Em relação aos conhecimentos adquiridos com a participação no curso, 80% dos entrevistados relataram que eles atenderam às expectativas e 20%, que superaram as expectativas.

O último item, que diz respeito à contribuição dos conhecimentos adquiridos com o curso para a construção da cidadania de seus alunos, trouxe o seguinte resultado: 60% dos participantes afirmaram que ele atendeu às expectativas, 20% que superou as expectativas e 20% não responderam à questão.

O resultado obtido demonstra que a maioria dos pesquisados avaliou satisfatoriamente o curso e os conhecimentos adquiridos com o curso, considerando que o conteúdo abordado contribui para a construção da cidadania dos alunos.

- Avaliação da efetividade do Procon Mirim e contribuição para a construção da cidadania considerando as questões abertas

Neste item, para facilitar a compreensão, a análise das percepções foi dividida em temas: o papel do Procon Mirim na educação do consumidor; a contribuição do Procon Mirim para inserção da temática “Educação do Consumidor” em sala de aula; e os pontos fracos e fortes do programa.

- Papel do Procon Mirim na educação do consumidor

Assim manifestaram os pesquisados:

“De suma relevância. Aliás, o órgão é vital para o consumidor” (BD1).

“O papel que os pais deveriam fazer e não fazem. Educar os filhos para o consumo consciente. Formar uma geração mais preocupada em ser, mais que apenas em ter” (BD2).

“Conscientizá-los para que sejam adultos conscientes do que está consumindo” (BD3).

“Seu papel é de conscientização, garantindo assim o primordial em nossas vidas que é a garantia de sobrevivência. Saber discernir o que é bom e descartar o que nos prejudica” (BD4).

“Formar cidadãos conscientes de seus direitos e deveres” (BD5).

Ressaltando o papel do Procon Mirim na educação do consumidor, a percepção dominante entre os beneficiários diretos é de que se trata de um programa de suma importância para conscientização dos cidadãos-mirins, futuros consumidores, em relação ao consumo mais consciente, conforme apresentado na Tabela 3. O relato de três pesquisados (BD3, BD4 e BD5), que representam 60% dos entrevistados, faz alusão às ideias de Bauman (2007), segundo o qual na sociedade de hoje não se sabe se as pessoas consomem para viver ou se vivem para consumir. Pode-se inferir ainda, por esses relatos, a preocupação com a formação de futuros consumidores mais conscientes, uma vez que, segundo Canclini (1999), o consumidor deve ser considerado um ator social crítico.

Tabela 3 – Percepção dos beneficiários diretos em relação ao papel do Procon Mirim na Educação do Consumidor. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Relevância	Vital para o consumidor	20
Educação	Educar futuros consumidores	20
Conscientização	Conscientização dos cidadãos para um consumo mais consciente	60

Fonte: dados da pesquisa.

Apenas um dos pesquisados (BD4) ressaltou sua preocupação com o consumo sustentável, tão bem salientada por Trimboli e Iturra (1997) como sendo um dos aspectos relevantes da educação do consumidor.

- Contribuição do Procon Mirim para inserção da temática “Educação do Consumidor” em sala de aula

Neste tópico buscou-se perquirir o nível de contribuição do programa para inserção da temática em sala de aula.

Assim se manifestaram os pesquisados:

“Se os professores esmerarem em trabalhar o tema, acredito que grandes resultados poderão ser obtidos. Acredito também que é na sala de aula que se aprende e Educação em todas as áreas da vida” (BD1).

“[...] como agente de defesa do consumidor, acredito que todo conhecimento é válido. Dominar o tema é importante para conscientizar o consumidor, não apenas o infantil, quanto à necessidade de conhecer seus direitos e deveres” (BD2).

“Contribui de maneira satisfatória, auxiliando na forma didática de abordar o conteúdo de educação do consumidor” (BD4).

“Nas medidas de prevenção, conscientização e de valorização daquilo que é adquirido do esforço e do trabalho” (BD5).

Verifica-se que na percepção da maioria dos beneficiários diretos pesquisados (60%) o Procon Mirim é importante e contribui para auxiliar didaticamente os professores. Eles destacaram, ainda, o papel preventivo e de conscientização do programa.

Tabela 4 – Percepção dos beneficiários diretos sobre a contribuição do Procon Mirim para inserção da temática “Educação do Consumidor” em sala de aula. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Concepções de educação	Educação social: “ na sala de aula que se aprende a Educação em todas as áreas da vida”	20
Condições para contribuição do programa	Empenho dos professores	20
Contribuições do programa para a Educação do Consumidor	Prevenção, conscientização e auxílio didático	60

Fonte: dados da pesquisa.

- Percepção dos pontos fortes e pontos fracos do programa

Nesta questão foi solicitado o destaque de três pontos fortes e três pontos fracos do programa:

Em referência aos **pontos fortes** do programa, assim se manifestaram:

“Relevância do assunto, sugestão de material disponibilizado para a aplicação do programa e público alvo em processo ideal de aprendizado” (BD1).

“Bom material didático, boa infraestrutura e bons orientadores” (BD2).

“Esclarecimento de dúvida, forma pedagógica de se trabalhar e conhecimento” (BD3).

“Excelente material, faixa etária para trabalhar o assunto e programa de excelente impacto na vida das pessoas” (BD5).

Analisando as percepções dos pontos fortes destacados pelos beneficiários diretos, tem-se que o programa foi visualizado, pela maioria, principalmente do ponto de vista do curso de treinamento de multiplicadores. Tal como na avaliação institucional, os pesquisados avaliaram positivamente o conteúdo do curso, o material fornecido e o preparo/competência dos orientadores. A tendência do grupo foi no sentido de valorização do assunto e da qualidade do material, citados, respectivamente, por 80 e 60% dos pesquisados.

Já em relação aos **pontos fracos**:

“O programa é de grande iniciativa que merece alcançar o maior número possível de colaboradores (professores) que tenham a mesma visão: de difundirem essa ideia” (BD1).

“Acredito que o ponto fraco seja o pouco tempo disponível, tanto dos educadores como do Ministério Público, para a formação desses educadores. Acredito que para alcançar o objetivo o trabalho deve ser realizado em mais etapas. Formar turmas que se encontrem pelo menos uma vez por mês, talvez por um ano, e preparar com vasto material os educadores, como numa pós-graduação. Acredito que seria de grande valia a disponibilização do curso *on line*, para aqueles que têm interesse de fazê-lo, mas podem participar presencialmente” (BD2).

“Falta de uma equipe maior, que possa dar apoio aos professores que levam o conhecimento para a sala de aula; não adianta só treinar o professor, é preciso apoiá-lo na aplicação do projeto; falta de Procon em cidades da região metropolitana e falta de divulgação em mídia aberta” (BD3).

“Atingir um número maior de educadores; levar o programa até as cidades mineiras através de palestras juntamente com prefeitos, comerciantes, consumidores comuns, criando assim uma rede de conhecimento; auxiliar na implantação de Procon nas cidades, pois a minoria das cidades mineiras o possui e o mesmo é de extrema importância para os consumidores” (BD4).

“Não encontrei pontos fracos” (BD5).

Bastantes ricas as percepções dos beneficiários diretos (multiplicadores) em relação aos pontos fracos, sendo que a maioria deles coincide com o apontado pela

avaliação institucional no campo “Comentários e Sugestões”, já analisada no presente trabalho. Dentre os pontos fracos merece destaque a percepção da necessidade de ampliação do alcance do programa, destacados pela maioria dos pesquisados (três dentre os cinco, ou seja, 60%).

Tabela 5 – Percepção dos beneficiários diretos quanto aos pontos fortes e fracos do programa. Belo Horizonte, MG, 2012

Categoria	Subcategorias	%
Pontos fortes	Relevância do assunto	80
	Qualidade do material ofertado	60
	Boa infraestrutura	20
	Bons orientadores	20
Pontos fracos	Número limitado de pessoas atingidas pelo programa	60
	Pouco tempo disponível	20
	Falta de equipe maior para a execução do programa	20
	Falta de acompanhamento da implementação do programa	20
	Não encontrados	20

Fonte: dados da pesquisa.

4.3 Avaliação da efetividade do Procon Mirim à luz da percepção dos sujeitos institucionais

Nesta seção tem-se a avaliação da percepção dos sujeitos institucionais, servidores executores do Programa Procon Mirim, acerca da efetividade do programa para promoção da educação do consumidor e conseqüente contribuição para a construção da cidadania. Foram considerados, para a presente análise, os dados colhidos por meio das entrevistas semiestruturada, compostas de um campo de identificação e sete itens de análise, cujas questões foram formuladas para responder aos objetivos da presente pesquisa, conforme já salientado.

4.3.1 Avaliação considerando as entrevistas semiestruturadas dos executores do Programa

- Perfil dos entrevistados

Foram entrevistados cinco servidores do Procon Estadual, todos eles ligados diretamente à execução do Procon Mirim. Dentre esses, dois, ou seja, 40%, possuem formação acadêmica ligada à Educação, sendo um com formação em Pedagogia e especialização em Educação Infantil e o outro com formação em Letras e Direito, e especialização em Docência Superior e Grandes Transformações em Direito; e três, que representam 60% dos entrevistados, possuem formação acadêmica em Direito, sendo que um possui mestrado em Direito Público.

Para facilitar a análise dos dados, os beneficiários foram tratados como: SI1 (sujeito institucional 1); SI2 (sujeito institucional 2); SI3 (sujeito institucional 3); SI4 (sujeito institucional 4); e SI5 (sujeito institucional 5). A seguir estão as manifestações mais significativas de cada um dos sujeitos em relação a cada tema.

- Papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo

Ao serem questionados acerca do papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo, inserta no artigo 4º, do CDC, os sujeitos entrevistados relataram que:

“O Programa Procon Mirim torna-se relevante para a execução da Política Nacional das Relações de Consumo ao propor aos educadores que despertem nas crianças o interesse pelos direitos e deveres dos consumidores, em sala de aula, fornecendo-lhes meios para inserir o conteúdo em seu planejamento pedagógico” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“O Programa Procon Mirim, estribado no artigo 4º, inciso IV, do Código de Defesa do Consumidor, cumpre papel de (in)formar/educar futuros fornecedores e consumidores quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“Torna-se obrigação legal que o Procon deve realizar, não apenas na Capital, como principalmente no interior. Busca o referido programa levar noções

básicas/mínimas, mas com foco em uma futura efetividade educacional, às escolas e aos seus respectivos responsáveis. Possui papel de extrema relevância, uma vez que atua na base, ou seja, nos futuros consumidores” (SI3, bacharel em Direito, dois anos de Procon Mirim).

“A educação para o consumo foi reconhecida pelo legislador que elaborou o Código de Defesa do Consumidor como essencial para a conquista de um mercado de consumo mais saudável para todas as partes. Veja que o inciso IV do artigo 4º, do CDC, é muito claro [...] Ou seja, da mesma forma que a criação de Procons (artigo 4º, II) e a efetiva fiscalização (artigo 4º, VI) são essenciais para a defesa do consumidor, a educação para o consumo também o é. Na verdade, a ideia do CDC não foge do modo ideal de cidadania: a educação...” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

Na Tabela 6 tem-se o resumo da percepção dos sujeitos institucionais sobre o papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo prevista no Código de Defesa do Consumidor.

Tabela 6 – Percepção dos sujeitos institucionais sobre o papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Concepções pedagógicas	Fornecer meios de inserção do tema no planejamento pedagógico	10
	Educar futuros consumidores	10
Concepções jurídicas	Cumprimento de preceito legal	80

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme se depreende das manifestações esboçadas, todos os sujeitos institucionais executores do programa, embora com formações acadêmicas distintas, mostraram ter grande conhecimento acerca da temática e do pertencimento do Procon Mirim a uma política pública, mais ampla, de nível nacional, qual seja a Política Nacional das Relações de Consumo, tratada pelo Código de Defesa do Consumidor e cuja execução é descentralizada.

Além disso, pode-se afirmar, neste ponto, a existência de duas visões bastante demarcadas e explícitas acerca da importância do papel do programa: uma mais

pedagógica e uma mais jurdica, prevalecendo, entretanto, a visão mais jurdica, destacada por quatro entrevistados, ou seja, por 80% deles.

- Importância das ações do Procon Mirim na educação do consumidor

Questionados sobre a importância das ações do Procon Mirim na Educação do Consumidor, os entrevistados deram os seguintes depoimentos:

“A partir do momento em que ocorre esse diálogo, essa parceria com a escola, os resultados são mais efetivos, pois o que se aprende em sala de aula, fruto de um processo de ensino e aprendizagem sistemático, passa a constituir o acervo de conhecimento do aluno. E essa parceria se resume em o Procon-MG oferecer o conhecimento técnico, o material de apoio (...) e uma assessoria aos educadores para viabilizar o trabalho e os educadores abordarem o tema com os alunos, inserindo-o em sua rotina escolar. As crianças têm a possibilidade de organizar conhecimentos que advêm de sua vivência – elas têm contato diário com situações de consumo – e de traçar posturas a serem adotadas quando se depararem com relações de consumo” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“[...] acredito que a Educação para o consumo é um tema social que permite o exercício consciente do cotidiano, objetivando uma mudança de atitude no comportamento do cidadão. Nesse sentido o programa desempenha papel importante, visto que prepara a criança para o exercício consciente dos direitos do consumidor, bem como lhe possibilita inserir-se criticamente no processo histórico e libertar-se, pela conscientização da síndrome do ter e da escravidão do consumo” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“Sem dúvida alguma os resultados obtidos são muito promissores e têm revelado uma busca pelo saber dos jovens consumidores” (SI4, bacharel em Direito, um ano de Procon Mirim).

“A educação para o consumo é muito fácil de ser feita. Primeiro, porque o consumo é uma situação, invariavelmente, conhecida e experimentada por todos, inclusive as crianças, que desde bem pequenas já participam das compras familiares. De outro lado, processos educativos voltados para a criança, ser em formação, sempre será mais fácil e produtivo quando comparado àqueles voltados para adultos. A criança aprende mais fácil e rapidamente. Além disso, a criança é um ponto difusor de

informações, além de ser o consumidor do futuro” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

A percepção dos sujeitos institucionais sobre a importância das ações do Programa encontra-se sumarizada na Tabela 7.

Tabela 7 – Percepção dos sujeitos institucionais sobre a importância das ações do Procon Mirim na Educação do Consumidor. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Possibilidade de parceria	Importância das parcerias entre o Programa e as escolas	20
	Fornecimento de conhecimento técnico e material de apoio	20
Funções do Programa	Preparação de crianças para o exercício consciente dos direitos do consumidor e mudanças de valores	60

Os sujeitos institucionais, em sua maioria, demonstram conceber a educação tal como exposto na Carta Constitucional, em seu artigo 205, cujos objetivos são explícitos: “[...] pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”.

Demonstram ainda, em sua maioria (60%), uma preocupação com a educação cidadã e emancipadora, proposta por Freire (2007), além da preocupação de que as ações do Procon Mirim sejam capazes de transformar a “Síndrome do Ter”, citada também por Santos (1998) e Bauman (2007).

Contribuição do Curso “Treinamento de Multiplicadores” para a construção da cidadania

Os entrevistados foram questionados sobre em que medida os conhecimentos adquiridos no curso “Treinamento de Multiplicadores”, oferecido pelo Procon Mirim, contribuem para a cidadania dos alunos/educandos. Assim se manifestaram os entrevistados:

“Na medida em que repassa informações necessárias para que a criança se sensibilize sobre a importância de sua atuação no mercado de consumo hoje de forma indireta e no futuro, de forma direta-, pensando nas consequências de suas ações e de suas escolhas para si, para sua família e para a sociedade como um todo” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“Os alunos passam a se sentir úteis e responsáveis não apenas pelo que consomem, mas adquirem uma consciência cidadã voltada para a coletividade. Eles passam a atuar como “fiscais” das relações de consumo, na medida em que apreendem os direitos e deveres que regem as mesmas” (SI3, bacharel em Direito, dois anos de Procon Mirim).

“O curso Formação de Multiplicadores contribui para a construção da cidadania dos educandos na medida em que o educador – imbuído da importância desse tema para a formação da criança – insere, de forma permanente, o assunto em sala de aula de aula, buscando não só informá-la sobre seus direitos e deveres, mas também prepará-la para lidar com as diversas situações enfrentadas no dia a dia do mercado de consumo” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“As informações recebidas pelos educadores no curso ‘Formação de Multiplicadores’ podem ser consideradas a estrutura dorsal do Código de Defesa do Consumidor e, ao mesmo tempo, o básico que afeta a vida de qualquer consumidor. Isso quer dizer que estas informações, além de extremamente importantes, são de fácil absorção (principalmente, como disse, por ser situações já experimentadas por todos, seja de forma direta (num ato de consumo que efetivou) ou indireta (uma relação que presenciou). Em suma, são informações importantes sobre situações vividas ou percebidas por qualquer cidadão. A partir daí, é certo, a visão do ato de compra será diferente, o que, muito provavelmente, modificará o comportamento. E, nesse sentido, se mudarmos o comportamento perante o mercado de consumo, agindo com maior responsabilidade (responsabilidade econômica, pessoal, social, ambiental, etc.), estaremos impulsionando a cidadania, uma vez que essa circunstância (a cidadania) é efetivada pela presença no mercado de consumo” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

A análise das manifestações dos entrevistados, indica-nos que todos eles destacam a importância do programa Procon Mirim na construção da cidadania.

Todos eles demonstram, explícita ou implicitamente, uma preocupação com a formação dos futuros consumidores agindo como cidadãos ativos no mercado de consumo, conforme destaca Canclini (1999), McGregor (1999), Portilho (2005) e Jacobi (2000). Além disso, demonstram, aqui, a relação intrínseca existente entre o ato de consumo e a cidadania, ressaltada por Santos (1998), e os benefícios da educação do consumidor, elencados por Bannister (1993).

Por fim, tem-se que a maioria, 60% dos entrevistados, destaca as contribuições do curso a médio/longo prazo, na medida em que salienta que o curso pode trazer uma mudança de valores que refletirá nos hábitos de consumo dos educandos.

Tabela 8 – Percepção dos sujeitos institucionais sobre a contribuição do curso “Treinamento de Multiplicadores” para a construção da cidadania. Belo Horizonte, MG, 2012

Categoria	Subcategorias	%
Contribuições em curto prazo	Repassar informações	40
	Inserção do tema em sala de aula	
Contribuições a médio/ longo prazo	Mudança de hábitos/comportamentos de consumo	60
	Consciência cidadã	

Fonte: dados da pesquisa.

- Ações que o Procon Estadual têm implementado para a efetividade do Mirim

Procurou-se verificar os tipos de ações que têm sido propostas e executadas pelo Procon Estadual, para a garantia da efetividade do Programa Procon Mirim.

As seguintes ações foram apontadas pelos sujeitos institucionais executores do programa:

“Implementação da Escola Estadual de Defesa do Consumidor; publicação de regulamentação para implementação do programa; melhoria na divulgação do programa; interiorização do Procon Mirim; confecção e melhoria de material de apoio” (S11, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“Sem dúvida, a criação da Escola Estadual de Defesa do Consumidor é a maior prova que o Procon-MG entende ser essencial nos programas de educação para o consumo. O Procon Mirim já foi institucionalizado, pois é uma meta para os próximos anos. Verdadeiramente, o Programa Procon Mirim é e será uma meta eterna da EEDC, uma vez que os processos de educação de crianças e jovens não têm linha de chegada. É uma corrida eterna, mas não há linha de chegada. Assim, acho que a efetividade do Programa Procon Mirim está sendo buscada, primeiro, pela criação da EEDC e, segundo, pela inserção desse programa nos próximos calendários anuais” (S15, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

“O Procon-MG, a cada ano, vem intensificando ações de educação para o consumo por meio de treinamentos para educadores, assessoria didático pedagógica aos treinados, palestras em escolas, seminário, parcerias com instituições de ensino, distribuição da Cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte, folders, kit escolar Procon Mirim” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“O calendário sempre é revisto procurando atender às necessidades de nosso Estado, o material didático sempre é renovado e ampliado e novas parcerias têm sido implementadas para que a abrangência e o nível educacional proposto seja sempre superado” (SI4, bacharel em Direito, um ano de Procon Mirim).

Analisando as mensagens dos entrevistados, nota-se que todos ressaltam uma série de ações, que podem ser classificadas como ações estruturais ou físicas. A metade destacou a criação e a implementação de Escola Estadual de Defesa do Consumidor em fevereiro de 2012.

Conforme mencionado, a Escola Estadual de Defesa do Consumidor tem as funções de planejar, coordenar, promover, orientar e controlar a execução das atividades de educação do consumidor do Procon Estadual, por meio do Procon Mirim.

Outro ponto de destaque são as ações de expansão do programa, como a interiorização do Procon Mirim e a ampliação das parcerias, desejo expresso pelos beneficiários diretos e presentes não apenas na avaliação institucional, mas também nas respostas dos questionários.

Tabela 9 – Percepção dos sujeitos institucionais sobre as ações implementadas pelo Procon Estadual para a efetividade do Procon Mirim. Belo Horizonte, MG, 2012

Categorias	Subcategorias	%
Ações estruturais	Implementação da Escola Estadual de Defesa do Consumidor	50
	Institucionalização do programa	10
	Inserção do programa nos próximos calendários	20
	Renovação do material didático	10
Ações de expansão	Intensificação das ações	10
	Ampliação das parcerias	

Fonte: dados da pesquisa.

- Percepção dos sujeitos institucionais quanto à efetividade do Procon Mirim para a promoção da Educação do Consumidor

Realizou-se uma avaliação da percepção dos sujeitos institucionais em relação à efetividade atual do Programa Procon Mirim na promoção da Educação do Consumidor. Seguem as percepções:

“Avalio de forma positiva a efetividade do programa Procon Mirim, tendo em vista sua proposta e o retorno que recebo de alguns educadores, algumas escolas e algumas Promotorias de Defesa do Consumidor e Procons. Quando ocorre a implementação, os resultados são visíveis, pois as crianças manifestam, por meio de comentários e trabalhos feitos, aquilo que realmente aprenderam dentro de suas possibilidades” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“Julgo que a plena efetividade do Procon Mirim se dará quando o educador se imbuir da importância de se incluir o tema educação para o consumo na sala de aula, abraçando a missão de formar consumidores conscientes, os quais disseminarão esses valores para suas famílias, contribuindo para a construção de um mercado de consumo equilibrado. Faz-se mister que esses educadores se motivem para isso, estejam dispostos a, uma vez treinados, trabalhar efetivamente – em sala de aula – com esse tema” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“[...] a resposta das escolas, educadores e crianças têm sido a mais positiva possível, pois sempre temos o *feedback* dos mesmos informando a importância e medidas efetivas adotados em seus núcleos de ensino” (SI3, bacharel em Direito, dois anos de Procon Mirim).

“A melhor avaliação sobre a efetividade do Programa Procon Mirim acontecerá quando for perceptível o surgimento de um novo consumidor, independentemente do contingente. Entretanto, como disse, isso é a longo, longo prazo, além de ser de difícil mensuração. Então, hoje, eu avalio que o Procon Mirim tem efetividade quando percebo uma grande procura pelo programa, a participação atenta dos educadores, os pedidos constantes de materiais, a interiorização das ações, os trabalhos encaminhados e, de forma muito satisfatória, os relatórios de atividades...” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

Neste ponto, todos os entrevistados afirmaram que o Programa possui efetividade, fundamentando suas percepções especialmente no retorno (*feedback*) recebido seja dos beneficiários diretos (multiplicadores), de instituições de ensino ou

dos órgãos de defesa do consumidor participantes, ou oriundo dos próprios beneficiários indiretos (alunos).

Nota-se que a sua maioria dos sujeitos institucionais utilizou, implicitamente, o conceito de **efetividade** adotado por Belloni, Magalhães e Souza (2000), ou seja, como sendo os resultados sociais da política pública, ou, ainda, a correspondência entre os resultados obtidos com os objetivos traçados pelo programa.

O grau/nível de efetividade percebido pelos sujeitos institucionais encontra-se na Tabela 10.

Tabela 10 – Percepção dos sujeitos institucionais acerca da efetividade do Procon Mirim para a promoção da Educação do Consumidor. Belo Horizonte, MG, 2012

Categoria	Subcategorias	%
Grau/nível de efetividade	Positiva	40
	Possui efetividade	40
	Efetividade plena	20

Fonte: dados da pesquisa.

- Percepção de pontos fortes e fracos do programa

Foi solicitado, assim como nos questionários aplicados aos beneficiários diretos, o apontamento de três pontos fortes e três pontos fracos do programa:

Em referência aos **pontos fortes** do programa, assim manifestaram os sujeitos institucionais:

“Estruturação do programa; existência de corpo técnico e material específico e proposta de aplicação em sala de aula” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“Desperta a consciência crítica da sociedade a respeito das práticas de consumo de produtos e serviços por crianças e adolescentes; possui um método consistente de capacitação de educadores (cartilhas e encartes, treinamentos, assessoria didático-pedagógica e jurídica) e o fato de ter a escola como o espaço fundamental para a formação do cidadão e o educador como peça fundamental para o sucesso do programa” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“Corpo Docente, calendário e número de palestras e treinamentos ofertados por ano” (SI4, bacharel em Direito e um ano de Procon Mirim).

“Simplicidade de sua consecução - capacitação de educadores e distribuição de material de apoio para as atividades escolares; custo baixo – não exige grandiosos investimentos, ficando sua efetivação muito mais vinculada ao comprometimento dos envolvidos e boa aceitação – a educação do consumidor, principalmente, da criança, sempre é bem aceita e, de certa forma, apoiada por diversos setores governamentais e seguimentos sociais” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

Há aqui uma tendência bastante clara de os sujeitos institucionais considerarem como ponto forte do programa a sua estrutura de funcionamento, o material oferecido e o seu baixo custo. Tudo isso indica uma visão mais quantitativa, o que corrobora com a abordagem mecanicista tratada por Worthen (2004).

Com relação aos **pontos fracos**, estes são percebidos da seguinte forma:

“Ausência de um servidor responsável exclusivamente pela condução do programa; escassez de corpo técnico para atender as escolas e ausência de retorno por parte dos educadores em relação ao trabalho realizado” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

“Falta encontrar uma forma de avaliação efetiva do programa, uma vez que o educador participa dos treinamentos, leva o material para o trabalho em sala de aula, todavia nem todos, ou melhor, a maioria não dá o retorno do que foi feito, não obstante as várias tentativas, por parte do Procon-MG, de cobrar um relatório dos educadores a fim de se verificarem resultados efetivos do programa. Enfim, precisa encontrar uma metodologia de implementação e avaliação que possa ser eficaz; ausência de lei estadual que torne obrigatória a inserção do tema educação para o consumo nos currículos das escolas. Faz-se necessário que as mobilizações em prol disso ganhem mais corpo – seja por parte do Procon-MG, das escolas (professores) ou dos movimentos sociais. Só assim, o Procon Mirim impactará, de fato, no cotidiano de milhões de crianças, adolescentes e jovens mineiros e falta de compromisso do educador com a implementação do Procon Mirim na escola em que trabalha. O professor se encontra desmotivado e sobrecarregado com tantos projetos que aportam nas escolas, não encontrando tempo para desenvolver mais um no espaço escolar. Daí a necessidade de se estabelecerem – professores, secretarias municipal e estadual de educação - prioridades para temas a serem tratados na sala de aula” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

“Distâncias a serem superadas em nosso Estado, alocação de recursos financeiros e necessidade de aumentar o número de parceiros, o que vem acontecendo paulatinamente” (SI3, bacharel em Direito, dois anos de Procon Mirim).

“Necessidade de elaboração de mais materiais de apoio e atualização dos existentes – a revista ‘Formando Consumidores Conscientes’ é, sem dúvida, talvez a mais bem elaborada para a finalidade de educação de crianças. Entretanto, para que permaneça interessante, há necessidade de pequenas atualizações e criação de novas edições, como novas histórias e personagens, criação de vídeos, etc.; a participação ainda tímida da Secretaria de Estado de Educação - conheço vários e vários méritos da nossa Secretaria de Educação e, principalmente, de grandes pessoas que lá atuam. Entretanto, naquela secretaria há um grande número de projetos e programas e um número ínfimo de pessoas para as respectivas realizações. Sinto que o Procon Mirim poderia ser melhor tratado pela SEE e a ausência de um número adequado de executores dentro do Procon-MG. Em suma, em razão do número pequeno de pessoas que lidam com o Programa Procon Mirim, não podemos atender todas as demandas” (SI5, bacharel em Direito, atua no Procon Mirim desde o processo de elaboração do programa).

A maioria dos entrevistados apontou como principais pontos fracos a falta de estrutura, especialmente de parcerias com órgãos e instituições para ampliação do programa; a necessidade de melhoria do material de apoio; e o número insuficiente de corpo técnico para execução do programa.

Embora os sujeitos institucionais avaliem a estrutura e a organização do programa como ponto forte, a maioria considera a estrutura de pessoal disponível para execução do programa insuficiente para que este atinja um maior número de pessoas.

A Tabela 11 sumariza os pontos fortes e fracos apontados pelos sujeitos institucionais.

Tabela 11 – Percepção dos sujeitos institucionais quanto aos pontos fortes e fracos do programa. Belo Horizonte, MG, 2012

Categoria	Subcategorias	%
Pontos fortes	Boa infraestrutura	40
	Qualidade dos orientadores	40
	Existência de material específico	40
	Considerar a escola como espaço para a formação do cidadão consumidor	20
	Número de palestras e treinamentos	20
	Simplicidade de consecução do programa	20
Pontos fracos	Escassez de corpo técnico	40
	Ausência de avaliação efetiva do programa	20
	Poucos parceiros existentes	40
	Necessidade de melhoria da qualidade e quantidade de material de apoio	40

Fonte: dados da pesquisa.

4.4 Comparação entre as percepções dos beneficiários diretos e sujeitos institucionais sobre a efetividade do Procon Mirim

Nesta seção serão analisadas as percepções dos beneficiários diretos (multiplicadores) e dos sujeitos institucionais, estabelecendo comparações entre as percepções dos diferentes sujeitos acerca da efetividade do Procon Mirim, ressaltando as semelhanças e as diferenças encontradas.

Para subsidiar a presente análise, foram utilizadas as respostas encontradas nos questionários e nas entrevistas semiestruturadas, cujas perguntas foram elaboradas de forma semelhante.

4.4.1 Pontos semelhantes entre as percepções

Semelhanças foram encontradas ao se questionar o **papel do Procon Mirim na Educação do Consumidor**. Tanto os beneficiários diretos quanto os sujeitos institucionais consideram o programa de suma relevância para a Educação do Consumidor, com vistas à formação de um novo consumidor liberto da síndrome consumista. Seguem trechos de alguns relatos:

“[...] educar os filhos para o consumo consciente. Formar uma geração mais preocupada em ser, mais que apenas um ter” (BD4).

“[...] o programa desempenha papel importante, visto que prepara a criança para o exercício consciente dos direitos do consumidor, bem como lhe possibilita inserir-se

criticamente no processo histórico e libertar-se, pela conscientização, da Síndrome do Ter e da escravidão do consumo” (SI2, bacharel em Letras e Direito, dois anos e oito meses de Procon Mirim).

Pontos em comum também foram encontrados nas respostas referentes à questão da **contribuição dos conhecimentos adquiridos nos cursos oferecidos pelo Procon Mirim para a construção da cidadania dos educandos.**

A maioria dos beneficiários diretos considera que os conhecimentos adquiridos atenderam às suas expectativas como subsídio para a construção da cidadania de seus alunos. Da mesma forma, todos os sujeitos institucionais pesquisados afirmaram que o programa é essencial para a conscientização do consumidor-mirim para um consumo cidadão. Segue o relato de um dos sujeitos institucionais:

“Na medida em que repassa informações necessárias para que a criança se sensibilize sobre a importância de sua atuação no mercado de consumo – hoje de forma indireta e no futuro, de forma direta –, pensando nas consequências de suas ações e de suas escolhas para si, para sua família e para a sociedade como um todo” (SI1, pedagoga, cinco anos de Procon Mirim).

Em relação aos pontos fracos e fortes também foram encontradas percepções semelhantes entre os sujeitos pesquisados.

Os beneficiários diretos e os sujeitos constitucionais consideraram como pontos fortes: a relevância do assunto; a qualidade do material oferecido; o preparo dos palestrantes; o público-alvo do programa (as crianças); a forma de abordagem da temática no curso; e a possibilidade de contribuição para a formação de futuros consumidores mais conscientes (consumo cidadão).

Em relação aos pontos fracos, também foram encontrados pontos semelhantes, quais sejam: número insuficiente de servidores para dar apoio aos professores na implementação do programa; dificuldades de interiorização do Procon; e número ainda insuficiente de colaboradores.

4.4.2 As diferenças entre as percepções

Diferenças entre as percepções dos sujeitos da pesquisa foram encontradas, ao serem questionados acerca dos pontos fracos e fortes.

Apenas os sujeitos institucionais citaram os pontos fortes: o fato de o programa considerar a escola o espaço fundamental para a formação do cidadão; o calendário e o

número de palestras (cursos) ofertadas; a simplicidade na consecução, o custo baixo; e a boa aceitação do programa.

Apenas os sujeitos institucionais consideram como pontos fracos: ausência de método de avaliação adequada e efetiva do programa; ausência de lei estadual que torne a Educação para o consumo disciplina obrigatória nos currículos escolares; falta de compromisso do educador com a implantação do programa em suas escolas; necessidade de aumento do número de parceiros do programa; e participação tímida da Secretaria de Estado da Educação.

Em contrapartida, apenas os beneficiários diretos citaram como pontos fracos a divulgação do programa e a necessidade de auxílio na implantação de Procon em cidades do interior.

Interessante notar que, embora com percepções diferentes que se justificam, tendo-se em vista a vivência que cada um dos sujeitos tem com o programa, ambos mostram-se bastante preocupados com o aprimoramento e a expansão do programa para cidades do interior, o que indica que reconhecem a importância da iniciativa do órgão para a formação de um novo consumidor-cidadão, conforme ressaltam Canclini (1999) e Portilho (2005).

5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O objetivo geral desta pesquisa foi descrever e avaliar o Programa de Educação do Consumidor – Procon Mirim – a partir da percepção dos sujeitos envolvidos (beneficiários diretos e sujeitos institucionais), no que se refere à efetividade do programa quanto à possibilidade de servir como instrumento na construção da cidadania.

A avaliação pode ser caracterizada como uma avaliação *ex post* (posterior à implementação do programa) e externa (realizada por uma pesquisadora alheia à estrutura do órgão executor do programa).

Para tanto, o estudo centrou-se na resposta das seguintes questões: o Programa de Educação do Consumidor – Procon Mirim – tem conseguido efetividade no que se refere ao alcance de seus objetivos institucionalmente fixados? Ele tem sido efetivo no que se refere aos objetivos da PNRC? Em que medida ele tem contribuído para a construção da cidadania?

A revisão teórico-conceitual buscou contemplar os diferentes temas e as áreas de conhecimento envolvidos na presente pesquisa, de caráter multidisciplinar.

Aplicando uma metodologia peculiar composta pela utilização de diferentes instrumentos de coleta de dados, quais sejam: análise de documentos, utilização da avaliação institucional, aplicação de questionários, entrevistas semiestruturadas e observação de campo não participante, pode-se afirmar que os objetivos da presente pesquisa foram alcançados.

O consumo, prática social inerente à vida humana e dela indissociável, tem se tornado, em razão do consumismo, cada vez mais um problema público a ser atacado por meio de políticas públicas que visem à Educação do Consumidor. Ao descrever o Procon Mirim e aprofundar na análise documental do programa, ficou evidente sua importância como instrumento de execução da Política Nacional das Relações de Consumo, prevista no CDC, na medida em que este programa capacita educadores (multiplicadores) para transmitir às crianças e aos jovens ensinamentos de Educação do Consumidor nas disciplinas do currículo formal.

Os benefícios da educação do consumidor, o papel do Procon Mirim e sua efetividade ficaram evidenciados nas falas, nos relatos e nas manifestações dos sujeitos ou atores pesquisados.

Ao comparar as percepções dos diferentes sujeitos da pesquisa, constatou-se que ambos consideraram de fundamental importância a existência do programa para a promoção da Educação do Consumidor e, conseqüentemente, para a concretização da Política Nacional das Relações de Consumo.

Muito interessante foi a constatação da existência, por parte do órgão executor do programa, de um mecanismo de avaliação institucional, com vistas a dimensionar o alcance dos objetivos do programa e o seu aprimoramento. Ao analisar a efetividade do programa, de acordo com os parâmetros propostos pelo próprio documento que o rege, constatou-se que sua efetividade atual é relativa.

Para que o programa atinja um grau de efetividade plena, conforme citado pelos próprios sujeitos institucionais e beneficiários diretos, faz-se mister que haja maior comprometimento das instituições de ensino e dos educadores, adequação do calendário escolar e, ainda, que o programa seja capaz, a longo prazo, de levar as crianças (futuros consumidores) à mudança de hábitos de consumo, tornando-se este um consumo mais consciente, um consumo-cidadão. Apenas, assim, poder-se-á afirmar que o programa terá impactos sociais concretos e capazes de transformar a “sociedade consumista” em que vivemos numa sociedade consumerista, com a efetividade plena do programa como instrumento de construção da cidadania dos consumidores.

Descrever, analisar e pensar o programa junto àqueles que efetivam a política (sujeitos institucionais) e aos que recebem (beneficiários diretos) foi uma experiência única e que, sem dúvida, proporcionou uma série de reflexões.

No percurso foram encontrados alguns obstáculos, especialmente no que se refere ao retorno dos questionários de pesquisa por parte dos beneficiários diretos e a escassez de tempo para a coleta dos dados. Outra limitação foi a relatividade dos resultados encontrados, uma vez que não se pode generalizá-los e, portanto, aplicá-los a outros programas de Educação do Consumidor.

Almeja-se que o presente estudo, que se apresenta como pioneiro em sua proposta de avaliação de uma política pública ligada à Educação do Consumidor, possa ser útil aos formuladores, executores e beneficiários da política, servindo como instrumento capaz de colaborar com a reorientação ou reformulação do Procon Mirim, com o objetivo de aumentar o seu grau de efetividade, no que se refere ao alcance de seus objetivos.

Outra expectativa é que a presente pesquisa sirva de subsídio e motivação para a realização de futuras pesquisas, cujos objetivos sejam o aprimoramento ou

aprofundamento da presente avaliação e sua ampliação para outros programas de Educação do Consumidor existentes no País, sejam de iniciativa do Estado, sejam de iniciativa da sociedade civil. Como sugestão para o aprofundamento do presente estudo, indicamos um estudo de avaliação da efetividade do programa, considerando também a percepção dos beneficiários indiretos (crianças), abarcando, assim, todos os atores envolvidos na política pública.

Por fim, esta pesquisa foi também um aprendizado para a autora que, pela primeira vez fazendo uma pesquisa de campo, teve a felicidade de encontrar no órgão público executor do programa avaliada pessoas capazes, competentes e comprometidas com o serviço público e com a execução e efetividade da política pública. Além disso, foi um aprendizado teórico muito rico, ao se entrar em contato com temas antes pouco conhecidos pela autora, como: Educação, Educação do Consumidor e Políticas Públicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, João Batista de. *Manual de direito do consumidor*. 5ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

ALMEIDA, João Batista de. *Proteção jurídica do consumidor*. São Paulo: Saraiva, 1993.

AMARAL, Luiz Otavio de Oliveira. *Teoria geral do direito do consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2010.

BANNISTER, R. *Educação do consumidor*. Tradução de M. C. Faria. Michigan: Instituto Nacional para a Educação do Consumidor/Colégio de Educação/Eastern Michigan University, 1993.

BARACHO, José Alfredo de Oliveira. *Teoria geral da cidadania, a plenitude da cidadania*. São Paulo: Saraiva, 1995.

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Trad. por Luís Antero e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Zygmunt. *A ética é possível num mundo de consumidores?* Tradução de Alexandre Werneck. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2011.

_____. *Globalização: as consequências humanas*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1999.

_____. *Vida líquida*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2007.

_____. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias*. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2008.

BELINK, Aron. *Consumo, cidadania e a construção da democracia no Brasil contemporâneo: observações e reflexões sobre a história do IDEC*. São Paulo, 2010, 344 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública, Área de concentração: Administração Pública – cidadania e movimentos sociais) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas.

BELLONI, I.; MAGALHÃES, H.; SOUZA, L. C. *Metodologia de Avaliação em Políticas Públicas: uma experiência em educação profissional*. São Paulo: Cortez, 2000.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A construção da realidade social*. Petrópolis: Vozes, 1994.

BESSA, Leonardo Roecoe. *O consumidor e seus direitos ao alcance de todos*. 2. ed. Brasília: Brasília Jurídica, 2004.

BOBBIO, Norberto. *A era dos direitos*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2007.

BOBBIO, Norberto. *Direitos e deveres na república*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. 6. ed. Tradução: Mariza Corrêa. Campinas: Papirus, 1996.

BRASIL. Ministério da Educação. *Parâmetros curriculares nacionais*. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/seb/arquivos/pdf/ttransversais.pdf>>. Acesso em: 24 nov. 2011.

BRASIL. Secretaria de Educação. *Ética e cidadania no convívio escolar*. Catalogo Bib. Brasília: Mec/Sef, 2001.

BRASIL. *Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985*. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>> Acesso em: 7 jul. 2012.

BRASIL. *Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990*. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>> Acesso em: 7 de novembro de 2011.

BRASIL. *Decreto nº 2.181, de 20 de março de 1997*. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>> Acesso em: 7 nov. 2011.

BUFFA, Ester. *Educação e cidadania – Quem educa o cidadão?* 8. ed. São Paulo: Cortez, 2000.

BURGARELLI, B. *O Direito do consumidor e a cidadania*. Disponível em: <<http://www.burgarelli.com.br/artigo-o-direito-do-consumidor-e-a-cidadania.html>>. Acesso em: 7 nov. 2011.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Consumidores e cidadãos conflitos multiculturais*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CANDAU, Vera Maria. *Educar em direitos humanos construir democracia*. 2. ed. Rio de Janeiro: DP & A, 2003.

CARVALHO, João Andrades. *Código de defesa do consumidor: comentários-doutrina-jurisprudência*. Rio de Janeiro: Aide Editora, 2000.

CARVALHO, Jose Murilo de. *Cidadania no Brasil, o longo caminho*. 4. ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2003.

CAVALIERI FILHO, Sergio. *Programa de direito do consumidor*. São Paulo: Atlas, 2008.

CAPELLA, Ana Cláudia N. Perspectivas teóricas sobre o processo de formulação de políticas públicas. In: HOCKMAN, Gilberto *et al.* (Org.). *Políticas públicas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007. p. 87-122.

CAVALCANTI, M. M. A. *Avaliação de políticas públicas e programas governamentais – Uma abordagem conceitual*. Disponível em: <www.interfacesdesaberes.fafica.com/seer/. 20hs/16/10/2006>. Acesso em: 7 nov. 2011.

CEPAL-UNESCO. *Educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad*. Santiago: CEPAL-UNESCO, 1992.

COHEN, Ernesto; FRANCO, Rolando. *Avaliação de projetos sociais*. 9. ed. Petrópolis, Vozes, 2011.

CONSTITUIÇÃO DA REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL DE 1988. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br>> Acesso em: 7 nov. 2011.

DALLARI, Dalmo de Abreu. *Direitos humanos e cidadania*. São Paulo: Moderna, 1998.

DIAS, Sandra Maria Furiam. *Avaliação de programas de educação ambiental voltados para o gerenciamento dos resíduos sólidos urbanos*. Feira de Santana, 2003, 342 f. Tese (Doutorado no Departamento de Saúde Ambiental da Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo) – Faculdade de Saúde Pública, São Paulo, USP, 2003.

DRAIBE, Sônia M. Estado de bem estar, desenvolvimento econômico e cidadania: lições da literatura contemporânea. In: HOCHMAN, Gilberto *et al.* (Org.). *Políticas públicas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007. p. 65-86.

_____. O welfare state no Brasil, características e perspectivas. *Revista da ANPOCS*, n. 12, 1998.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. Representações Individuais e Representações Coletivas. In: *Sociologia e filosofia*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1970.

FARR, Robert M. Representações sociais: a teoria e sua história. In: GUARESCHI, Pedrinho; JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações sociais*. Petrópolis: Vozes, 1995.

FILOMENO, José Geraldo Brito. *Código de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteprojeto*. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

FRANCO, Maria Laura Puglisi. *Análise de conteúdo*. Brasília: Plano Editora, 2003.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 30. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2004.

_____. *Política e educação*. São Paulo, Cortez, 1993.

GADE, Christiane. *Psicologia do consumidor e da propaganda*. São Paulo: Editora: EPU, 1998.

GAIBRAITH, John Kenneth. *O mito da soberania do consumidor: de A Sociedade Afluente*. Gaibraith Essencial. São Paulo: Futura, 2007.

- GOMES, Maria de Fátima Cabral Marques. *Cidadania e espaço público numa experiência de política de urbanização de favelas*. In: Metamorfoses sociais e políticas urbanas. Rio de Janeiro: SP&A editora, 2003. p. 169-183.
- GUSTIN, Miracy Barbosa de Souza. *(Re) pensando a pesquisa jurídica: teoria e prática*. 2. ed. rev., ampl. e atual. pela BBR 14.724 e atual. pela ABNT 30/12/05. Belo Horizonte: Del Rey, 2006. 268 p.
- HOBBS, Thomas. *Do cidadão*. São Paulo: Martin Claret, 2004.
- IDEC. Disponível em: <<http://www.idec.org.br>> Acesso em: 7 nov. 2011.
- INSTITUTO ALANA. Disponível em: <<http://www.alana.org.br>> Acesso em: 26 jul. 2012.
- JABOBI, Pedro. *Políticas sociais e ampliação da cidadania*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- LAZZARINI, M. O movimento dos consumidores no Brasil. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL: O CONSUMIDOR NO CONTEXTO DA GLOBALIZAÇÃO, 1997, São Paulo. *Anais...* São Paulo: IDEC, 1997. p. 10-12.
- LIBÂNEO, J. C. *Didática*. São Paulo: Cortez, 1992.
- MAIA, Rosemere Santos. *Jovens e excluídos, porém consumidores*. Seriam eles cidadãos? Disponível em: <www.interfacesdesaber.es.fafica.com/seer/20hs/>. Acesso em: 16 out. 2006
- MANCUSO, Rodolfo De Camargo. *Manual do consumidor em juízo*. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 1998.
- McGREGOR, S. *Uma justificativa para integrar a educação do consumidor e educação para a cidadania*. Traduzido de Neuza Maria da Silva. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 23, 4 december 1999. p. 207-211
- MICHEL, Maria Helena. *Metodologia e pesquisa científica em Ciências Sociais*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. *O desafio do conhecimento. Pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo/Rio de Janeiro: Hucitec/Abrasco, 1995.
- MINISTERIO DA JUSTIÇA. Disponível em: <<http://portal.mj.gov.br>> Acesso em: 7 nov. 2011.
- MORAIS, Verônica Soares de Paula. *Estudo exploratório sobre a necessidade de educação do consumidor*. Viçosa, 1997. 58 f. Dissertação (Mestrado em Economia Doméstica) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 1997.

MORAIS, V. S. P.; SILVA, N. M. Estudo exploratório sobre a necessidade de educação do consumidor. *OIKOS: Revista Brasileira de Economia Doméstica*/Associação Brasileira de Economistas Domésticos. Viçosa, MG, v. 10, n. 1, p. 23-43, 1997.

PEREIRA, Potyara A. P. Discussões conceituais sobre política social e direito de cidadania. In: BOSHETTI, Ivanete *et al.* (Org.). *Política social no capitalismo: tendências contemporâneas*. São Paulo: Cortez, 2008. p. 87-108.

PINTO, Antônio Luiz de Toledo. *Código de proteção e defesa do consumidor*. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2004.

PORTILHO, Fátima. *Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo*. Disponível em: <www.ebape.fgv.br/cadernosebape>. Edição Temática, 2005.

PROCON-ALMG. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br/procon/>> Acesso em: 7 nov.2011.

PROCON-MG. Disponível em: <<http://www.mp.mg.gov.br>> Acesso em: 7 nov.2011.

PROTESTE. Associação Brasileira de Defesa do Consumidor. Disponível em: <<http://www.proteste.org.br>> Acesso em: 16 ago. 2012.

SAAD, Eduardo Gabriel. *Comentários ao código de defesa do consumidor*. 4. ed. São Paulo: LTR, 1999.

SANDER, Benno. *Administração da educação no Brasil: é hora da relevância*. Educação Brasileira. Brasília, n. 9, ano IV, p. 8-27, 1982.

SANTOS, Milton. *O espaço do cidadão*. São Paulo: Nobel, 1998.

SANTOS, R. S. (Org.). *Políticas sociais e transição democrática: análises comparativas de Brasil, Espanha e Portugal*. São Paulo: Mandacaru, Salvador: Cetead, 2001.

SARAVIA, Enrique. Introdução à teoria da Política Pública. In: SARAVIA, Enrique, FERRAREZI, Elisabete (Org.). *Políticas públicas*. Brasília: Enap, 2006. p. 21-42.

SARLET, Ingo Wolfgang. *A eficácia dos direitos fundamentais*. 4. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2004.

SICKERT, Filipe de Souza. *Direito a não consumir: fundamentos para uma nova ética do consumo*. Belo Horizonte, 2011. 157 f. Dissertação (Mestrado em Direito. Linha de Pesquisa: Direito, razão e história) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.

SILVA, Antônio Eraldo Holanda. *Análise histórica do associativismo para educação e defesa dos consumidores de baixa renda em Fortaleza-CE*. Viçosa, 2001. 85 f. Dissertação (Mestrado em Economia Doméstica) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2001.

SILVA, Neuza Maria da. *Educação do Consumidor*. Viçosa: Editora UFV, 2006. (Caderno Didático, 109).

SILVA, C. L.; SOUZA-LIMA, J. E. *Políticas públicas e indicadores para o desenvolvimento sustentável*. São Paulo: Saraiva, 2010. 117 p.

SODRÉ, Marcelo Gomes. *A construção do direito do consumidor*. São Paulo: Editora Atlas, 2009.

_____. *Formação do sistema nacional de defesa do consumidor*. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2007.

SOUZA, Celina. Estado da arte da pesquisa em políticas públicas. In: HOCHMAN, Gilberto *et al.* (Org.). *Políticas públicas no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2007. p. 65-86.

SPINK, Mary Jane Paris. *Cidadania em construção*. São Paulo: Cortez, 1994.

SPOSATI, Aldaíza. Exclusão social abaixo da linha do Equador. *Por uma sociologia da exclusão social: o debate com Serge Paugam*. Ed. Maura Pardini Bicudo Vêras. São Paulo: EDUC, 1999.

TELLES, Vera da Silva. *Direitos sociais: afinal do que se trata?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

TRIMBOLI, J.; ITURRA, R. Educación Del consumidor: una propuesta educativa para América Latina y el Caribe. In: Trímboli, Juan. *Educación del consumidor: democracia y ciudadanía*. Santiago de Chile: Consumers Internacional, 1997, 33 p.

WANDERLEY, Mariângela Belfiore. Refletindo sobre a noção de exclusão. In: *As artimanhas da exclusão. Análise psicossocial e ética da desigualdade social*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Prezado (a) multiplicador (a),

Estou realizando uma pesquisa, no âmbito de um Mestrado no Departamento de Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa, MG, devidamente aprovada pela instituição, cujo tema é “Educação do Consumidor e Procon Mirim – efetividade e cidadania em questão”.

Um dos objetivos principais deste estudo é realizar uma avaliação qualitativa do Programa de Educação do Consumidor “Procon Mirim”, do qual você participou recentemente.

Sendo assim, necessito da sua preciosa colaboração para o sucesso da minha pesquisa. Solicito que, por gentileza, colabore nesta investigação, respondendo o questionário anexo e encaminhando-o, devidamente respondido, para o *e-mail* indicado (arimaire@uol.com.br) até o dia 17/08/2012.

Saliento que suas respostas serão estritamente confidenciais e de suma importância para a adequada avaliação do Procon Mirim, o que proporcionará, inclusive, o aperfeiçoamento de suas ações de educação do consumidor.

Agradeço, desde já, a sua disponibilidade em colaborar com a minha pesquisa e a entrega do questionário.

Arimaire Alvernáz
Mestranda em Economia Doméstica pela UFV
e-mail: arimaire@uol.com.br/arimaire.alvernaz@ufv.br

**QUESTIONÁRIO DE PESQUISA – AVALIAÇÃO DO PROCON MIRIM –
DESTINADO AOS BENEFICIÁRIOS DIRETOS (MULTIPLICADORES)**

I - PERFIL DOS PARTICIPANTES

IDENTIFICAÇÃO

1. Município: _____
2. Órgão que representa:
() escola pública
() escola particular
() universidade/curso: _____
() outros: _____
3. Função atual: _____
4. Grau de escolaridade/formação: _____

II - AVALIAÇÃO DO CURSO OFERECIDO PELO PROCON MIRIM

II.1 Quais eram suas expectativas em realização ao Curso de Treinamento de Multiplicadores do Procon Mirim?

II. 2. Responda às questões abaixo de acordo com os critérios estabelecidos a seguir, justificando sua nota.

- 1- Não atendeu às expectativas
- 2- Atendeu às expectativas
- 3- Superou as expectativas

Marque “1”, “2” ou “3” em cada um dos itens abaixo listados e justifique sua opção:

1. Assuntos abordados ()

Justificativa: _____

2. Nível de aprofundamento dos assuntos abordados ()

Justificativa: _____

3. Material de apoio ofertado no curso ()

Justificativa: _____

4. Conhecimento adquirido com a frequência ao curso ()

Justificativa: _____

5. Contribuição dos conhecimentos adquiridos com o curso para a construção da cidadania de seus alunos ()

Justificativa: _____

6. Qual é o papel do Procon Mirim na Educação do Consumidor?

7. Antes de participar do curso, você conhecia os objetivos do Programa “Procon Mirim”?

8. Você considera que os objetivos do Programa foram alcançados?

9. Após a realização do curso, em que medida as ações do Procon Mirim contribuíram para a inserção do tema “Educação do Consumidor” em sala de aula?

10. Aponte 3 (três) pontos fortes e 3 (três) pontos fracos do programa.

Obrigada!

APÊNDICE B

ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA – AVALIAÇÃO DO PROCON MIRIM – DESTINADO AOS SUJEITOS INSTITUCIONAIS – SERVIDORES EXECUTORES DO PROGRAMA

IDENTIFICAÇÃO

1. Cargo: _____
2. Grau de escolaridade/formação: _____
3. Há quanto tempo atua no Procon Mirim? _____

AVALIAÇÃO DO PROCON MIRIM

1. Qual é o papel do Procon Mirim na execução da Política Nacional das Relações de Consumo, em especial, na Educação do Consumidor?
2. Você considera importantes as ações do Procon Mirim na Educação do Consumidor?
3. Em que medida as ações do Procon Mirim têm atingido os objetivos traçados no documento do programa?
4. Em que medida os conhecimentos adquiridos com o curso “Formação de Multiplicadores” do Procon Mirim contribuem para a construção da cidadania dos alunos (educandos)?
5. Que ações têm sido implementadas pelo Procon Estadual para a efetividade do Procon Mirim?
6. Como você avalia, hoje, a efetividade do Procon Mirim para a promoção da Educação do Consumidor.
7. Aponte 3(três) pontos fortes e 3(três) pontos fracos do programa.

APÊNCICE C



Figura 1C – Treinamento regional de multiplicadores de Brumadinho, MG.



Figura 2C – Treinamento de multiplicadores de Belo Horizonte, MG (Turma 40).

ANEXOS

ANEXO A

PROGRAMA PROCON MIRIM

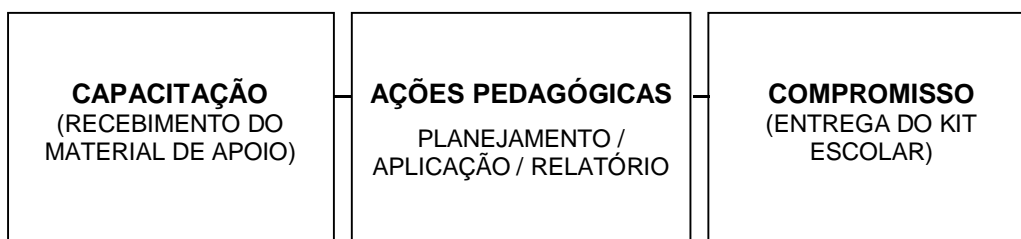
APRESENTAÇÃO

Nos anos que antecederam a 2004, o Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), órgão da administração superior do Ministério Público de Minas Gerais, para promover a educação de crianças e jovens sobre os direitos e deveres do consumidor, realizava palestras, denominadas “Procon Vai às Escolas”.

Com o decorrer do tempo, observou-se que essa ação aparentava produzir um efeito efêmero, uma vez que os ensinamentos ministrados podiam não perdurar. Além disso, as informações apresentadas aos estudantes também pareciam não atingir as pessoas de seu convívio social.

Após muita reflexão, em 2004, optou-se pela paralisação das palestras do Procon-MG para estudantes e iniciou-se o estudo e a elaboração de um projeto de educação para o consumo que cumprisse essa obrigação institucional do órgão.

Para alcançar os objetivos citados, a coordenação do projeto sugeriu que a educação para consumo se tornasse um tema de sala de aula. Assim, depois de terem feito um treinamento no qual receberam importantes informações sobre o Direito do Consumidor, bem como materiais para exercer suas atividades no espaço escolar, cada educador tornou-se um multiplicador.



JUSTIFICATIVA

Os hábitos de consumo se formam desde a mais tenra idade. Segundo Christiane Gade – psicóloga e autora do livro *Psicologia do Consumidor e da Propaganda* (1998) -, a criança começa a estruturar seu papel de consumidor desde o seu nascimento, por meio de uma participação inicialmente passiva (consumo de fraldas descartáveis). À medida que cresce, começa a assumir posturas alienadas socialmente aceitas (sem questionamento, reflexão ou crítica), que passam a definir seus hábitos de consumo. Ao mesmo tempo, ao deixar de ser uma espectadora passiva, passa a ser "protagonista", influenciando as decisões de consumo de sua família e se tornando alvo de campanhas publicitárias, nas quais muitos apelos de consumo lhe são direcionados com o objetivo de fazê-la consumir e de ser promotora desse consumo.

Nesse contexto, constata-se a hipervulnerabilidade da criança diante do mercado de consumo. Ela precisa ser protegida e preparada para lidar com situações específicas das relações de consumo quando tiver idade para estabelecê-las. Pensando nisso, o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/1990), no capítulo que trata da Política Nacional das Relações de Consumo, estabeleceu como um de seus princípios “educação

e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo” (artigo 4º, inciso IV).

Nesse sentido, visto ser a Educação para o Consumo um tema social que permite um exercício mais consciente do cotidiano, objetivando uma mudança de atitude no comportamento do consumidor-cidadão, o Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), responsável por exercer, em Minas Gerais, o planejamento, a elaboração e a coordenação da política do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor (SEDC), tem se preocupado, cada vez mais, em desenvolver ações estratégicas que promovam a educação de consumidores e fornecedores, bem como a capacitação/aperfeiçoamento dos agentes responsáveis pela divulgação de um consumo mais consciente.

Dessa forma, o Programa Procon Mirim representa um instrumento de promoção de cidadania e da qualidade de vida, visto que direciona suas ações para a formação de consumidores e fornecedores conscientes, tendo como público-alvo as crianças ente 07 e 12 anos. Ele propõe que o tema permeie os conteúdos das atividades educativas legitimadas pela escola, numa perspectiva interdisciplinar, utilizando-se da experimentação, exercício, reflexão, entendimento etc., como ferramentas do processo ensino/aprendizagem - o que possibilita ao estudante relacionar os conhecimentos específicos de diversas áreas com suas experiências de consumo.

OBJETIVO GERAL

Despertar nas crianças entre 7 e 12 anos o interesse pelos direitos e deveres dos consumidores e fornecedores, auxiliando os educadores que trabalham com elas a promoverem a educação para o consumo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Auxiliar na formação de consumidores/fornecedores responsáveis ao estabelecer suas relações de consumo.
- Prestar informações e esclarecimentos às crianças entre 7 e 12 anos sobre os direitos e deveres dos consumidores e fornecedores.
- Capacitar educadores para atuarem como multiplicadores da educação para o consumo.
- Incentivar a interdisciplinaridade do tema educação para o consumo nos ambientes educacionais.
- Fomentar, apoiar e acompanhar as ações de educação para o consumo de educadores e dos integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor, principalmente aquelas relacionadas ao uso da cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte.
- Divulgar a educação para o consumo.

PÚBLICO-ALVO

Indireto: Crianças entre 7 e 12 anos.

Direto: Educadores de escolas públicas e particulares, dentre outras pessoas.

DIRETRIZES

- Divulgar o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/90).
- Possibilitar a interlocução entre o Procon-MG e as escolas.

- Auxiliar na formação de um consumidor atento, que planeja suas relações de consumo e reflete sobre elas realizando escolhas conscientes.
- Auxiliar na formação de um fornecedor mais justo, transparente e fiel ao que o Código de Defesa do Consumidor determina.
- Considerar o educador um agente multiplicador essencial para a exploração de conceitos relacionados ao Direito do Consumidor e para a formação de competências na educação para o consumo.
- Ampliar a adesão das escolas públicas e particulares do Estado de Minas Gerais ao Programa Procon Mirim, por meio do Procon-MG, promotorias de defesa do consumidor, Procons municipais entre outros.
- Disseminar a educação para o consumo entre as crianças e seus familiares.
- Adotar um caráter de atuação permanente.
- Pesquisar / produzir materiais / recursos didáticos.

ESTRATÉGIAS DE AÇÃO

- Implementação do Programa Procon Mirim nas escolas da Capital, região metropolitana e interior.
- Capacitação de educadores (aspectos do Código de Defesa do Consumidor e possibilidade de sua aplicação pedagógica por meio da cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes”).
- Assessoria e apoio ao trabalho dos educadores/agentes multiplicadores da educação para o consumo.
- Aperfeiçoamento da ação pedagógica dos educadores, por meio de cursos teóricos e práticos (pedagógicos) sobre os direitos e deveres do consumidor.
- Distribuição da cartilha “Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte aos estudantes entre 7 e 12 anos.
- Cessão dos direitos de reprodução e distribuição da cartilha e de seu encarte.
- Criação e fornecimento de materiais informativos e educativos direcionados às crianças e suas famílias.
- Promoção de eventos de reflexão sobre a criança e o consumo consciente.
- Articulação com órgãos e instituições que atendam crianças entre 7 e 12 anos para o planejamento de ações conjuntas.
- Divulgação do programa entre os cursos de formação de profissionais da educação e outros.

FONTE DE RECURSOS

- Fundo Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (FEPDC)

RESULTADOS ESPERADOS

O Programa Procon Mirim tem como objetivo despertar o interesse de crianças entre 7 e 12 anos pelos direitos e deveres de consumidores e fornecedores, contribuindo para a formação de cidadãos mais conscientes e responsáveis ao atuar em suas relações de consumo e, conseqüentemente, tornando o mercado de consumo mais justo, transparente e equilibrado.

INDICADORES DE AVALIAÇÃO DO PROGRAMA PROCON MIRIM

- Número de participantes nos cursos de capacitação
- Número de escolas que implementaram o programa
- Número de municípios que aderiram ao programa
- Número de educadores por escola que aderiram ao programa
- Número de cartilhas e encartes distribuídos
- Quantidade/qualidade dos planejamentos apresentados pelos educadores
- Quantidade/qualidade dos relatos sobre os planejamentos executados encaminhados pelos educadores
- Qualidade das colocações feitas pelos estudantes nas abordagens diretas realizadas pelo Procon-MG
- Quantidade de estudantes que receberam o kit escolar

REFERÊNCIAS ESTRUTURAIS E ADMINISTRATIVAS

Aprovação e apoio: COORDENAÇÃO do PROCON-MG

Coordenação e execução: ESCOLA ESTADUAL DE DEFESA DO CONSUMIDOR do PROCON-MG

Assessoria: 14^a PROMOTORIA DE DEFESA DO CONSUMIDOR

Apoio na divulgação: SECRETARIA DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS do PROCON-MG e ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA PROCURADORIA-GERAL DE JUSTIÇA

LEGISLAÇÃO

- *Resolução Conjunta PGJ Procon nº 1, de 1^o de setembro de 2009.*

Dispõe sobre a cessão dos direitos de reprodução e de distribuição da obra "Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes" e de seu encarte, mediante termo específico.

- *Instrução Normativa Procon-MG nº 3, de 13 de junho de 2011.*

Regulamenta a realização de cursos de treinamento de multiplicadores em educação para o consumo e a distribuição da cartilha "Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes", seu encarte e do kit escolar Procon Mirim no Estado de Minas Gerais e dá outras providências.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

GADE, Christiane. *Psicologia do Consumidor e da Publicidade*. São Paulo: EPU, 1980.

CONTATOS DO PROGRAMA PROCON MIRIM

Escola Estadual de Defesa do Consumidor - EEDC - do Procon-MG
Avenida Raja Gabáglia, 615, Cidade Jardim - Belo Horizonte/MG
(31) 3250-4680 / eedc@mp.mg.gov.br

ANEXO B

ANEXO B.1

RESOLUÇÃO CONJUNTA PGJ PROCON Nº 1, DE 1º DE SETEMBRO DE 2009.

Dispõe sobre a cessão dos direitos de reprodução e de distribuição da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu respectivo encarte, mediante termo específico.

O Procurador-Geral de Justiça do Estado de Minas Gerais, no uso das atribuições que lhe competem, com fundamento no artigo 18, incisos XI e LV, da Lei Complementar nº 34, de 12 de outubro de 1994, e a Secretária-Executiva do Programa Estadual de Proteção ao Consumidor - Procon Estadual, com fundamento no art. 23, incisos I e IV, da Lei complementar nº 61, de 12 de julho de 2001 e,

Considerando que a Constituição do Estado de Minas Gerais transferiu para a Procuradoria-Geral de Justiça as atividades do Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – Procon Estadual;

Considerando que é competência do Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – Procon Estadual informar, conscientizar e motivar o consumidor, por intermédio de diferentes meios de comunicação;

Considerando que é princípio da Política Nacional das Relações de Consumo a educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

Considerando que a educação e divulgação do consumo adequado dos produtos e serviços é direito básico do consumidor;

RESOLVEM:

Art. 1º A cessão dos direitos de reprodução e distribuição da obra “Procon Mirim - Formando Consumidores Conscientes” e de seu respectivo encarte será feita por meio de termo de cessão, conforme anexo único desta resolução.

§ 1º O termo de cessão não transfere, em todo ou em parte, nenhum direito autoral ou patrimonial ao cessionário.

§ 2º Os direitos e deveres constantes no termo de cessão não poderão, em hipótese alguma, ser transferidos a terceiros, mesmo que vinculados ao cessionário por alguma razão.

§ 3º O interessado deverá, por escrito, apresentar solicitação ao(a) Secretário(a)-Executivo(a) do Procon Estadual, encaminhando, juntamente, as informações indicadas nos parágrafos 1º e 2º do artigo 3º desta Resolução.

Art. 2º O termo de cessão terá como parte cedente o Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – Procon Estadual, representado pelo(a) Secretário(a)-Executivo(a), e nele poderão ser parte cessionária quaisquer entidades ou instituições, públicas ou privadas.

Art. 3º Caberá ao Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – Procon Estadual, após criteriosa análise, cujo relatório expresso deverá ser arquivado em local próprio, decidir se determinada instituição ou entidade, pública ou privada, poderá ser cessionária dos direitos de reprodução e distribuição da obra “Procon Mirim - Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte.

§ 1º O relatório supracitado deverá mencionar as características da instituição ou entidade, pública ou privada, indicando, entre outras informações, o nome e o endereço completo, os telefones de contato, o ano de início de suas atividades, a estrutura

funcional e física de sua sede e de suas regionais, os componentes de sua coordenadoria, as ações/atividades típicas que realiza, o número de consumidores abrangidos por suas atividades.

§ 2º As informações indicadas no parágrafo anterior deverão ser encaminhadas ao Procon Estadual pelo interessado em tornar-se cessionário, que será o responsável pela veracidade dos dados informados.

Art. 4º A obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e o seu encarte deverão ser utilizados somente para atividades que promovam educação sobre os direitos e deveres dos consumidores, sendo vedada qualquer outra utilização.

Parágrafo Único. Em qualquer hipótese, a distribuição da obra “Procon Mirim - Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, pelo cessionário, deverá ser gratuita, sendo expressamente proibida a sua comercialização ou a vinculação do seu recebimento a doação de valores pecuniários, de bens ou de serviços.

Art. 5º A utilização da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, em desacordo com o disposto na presente resolução ou no termo de cessão, ensejará a revogação do mencionado termo, e poderá, ainda, ser considerada violação dos direitos autorais, sujeitando o autor da violação às sanções previstas na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, entre outras cabíveis.

Art. 6º O Programa Estadual de Proteção ao Consumidor – Procon Estadual deverá manter arquivo com informações sobre o termo de cessão firmado, cessionário, número de exemplares da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de encartes impressos e distribuídos por cada cessionário, e outras informações que forem consideradas relevantes.

Parágrafo Único. Sempre que houver impressão da obra, o cessionário deverá informar ao Procon Estadual, por meio de documento escrito, o número de exemplares da obra e do encarte impressos, bem como, após a distribuição, o número de exemplares da obra e do encarte distribuídos, entre outras informações que forem consideradas relevantes.

Art. 7º O termo de cessão terá vigência de 24 (vinte e quatro) meses, a partir de sua publicação, prorrogáveis por igual período, mediante termo aditivo próprio.

Art. 8º Esta resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 9º Revoga-se a Resolução Conjunta PGJ PROCON nº 2, de 13 de agosto de 2007.

Belo Horizonte, 1º de setembro de 2009.

ALCEU MARQUES TORRES

Procurador-Geral de Justiça

VALÉRIA DUPIN LUSTOSA

Secretária-Executiva do Procon Estadual

ANEXO ÚNICO

TERMO DE CESSÃO Nº ____/2009

O Programa Estadual de Proteção ao Consumidor - Procon Estadual, com sede na Rua Dias Adorno, nº 347, bairro Santo Agostinho, em Belo Horizonte, Minas Gerais, CEP 30190-100, doravante denominado CEDENTE, neste ato representado por seu(sua) Secretário(a)-Executivo(a) _____ [NOME DO(A) SECRETÁRIO(A)-EXECUTIVO(A) DO PROCON ESTADUAL], e o _____ [NOME DA ENTIDADE OU INSTITUIÇÃO, PÚBLICA OU PRIVADA], com sede na _____ [ENDEREÇO COMPLETO DA ENTIDADE OU INSTITUIÇÃO], doravante denominado(a) CESSIONÁRIO, neste ato representado(a) por _____ [NOME DO DIRIGENTE DA ENTIDADE OU INSTITUIÇÃO], resolvem celebrar o presente Termo de Cessão de Direitos de Reprodução e de Distribuição da Obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, que será regido pela legislação aplicável à matéria, em especial pela Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, e pela Resolução PGJ-MG ____/2009, bem como pelas cláusulas e condições que se seguem:

CLÁUSULA PRIMEIRA – Da Cessão e Transferência

O CEDENTE, por meio do presente, cede e transfere ao cessionário cd-rom, ou outra mídia equivalente, com os arquivos da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, para fins de reprodução e distribuição.

CLÁUSULA SEGUNDA – Da Ausência de Ônus

A cessão do CD-ROM ou de outra mídia equivalente contendo os arquivos da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte não acarretará nenhum ônus para o CESSIONÁRIO.

CLÁUSULA TERCEIRA – Da Reprodução

O CESSIONÁRIO poderá reproduzir a obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte, na quantidade desejada, a seu ônus ou por meio de parceria com entidades ou instituições, públicas ou privadas.

§ 1º Será de inteira responsabilidade do CESSIONÁRIO a escolha do(s) seu(s) eventual(ais) parceiro(s).

§ 2º Se houver má conduta de parceiro privado em relação ao direito do consumidor, poderá o CEDENTE, após comunicação formal ao CESSIONÁRIO, revogar o presente termo de cessão.

CLÁUSULA QUARTA – Da Inserção do Nome, Marca ou Logomarca do Cedente ou Parceiros, e do Registro de Controle.

O nome e a marca do CESSIONÁRIO e do(s) parceiro(s) de reprodução e distribuição da obra “Procon Mirim - Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte poderão ser inseridos em local próprio, situado na quarta capa (última capa).

Parágrafo Único. As informações “Projeto Procon Mirim – Termo de Cessão nº - AUTOR DA OBRA: PROCON ESTADUAL DE MINAS GERAIS”, grafadas em fonte “arial”, tamanho 9, deverão constar na parte mais inferior da quarta capa (última capa) de todos os exemplares reproduzidos da obra "Procon Mirim - Formando Consumidores Conscientes".

CLÁUSULA QUINTA – Da Vedação de Outras Alterações

Salvo as disposições contidas no item anterior ou autorização escrita do CEDENTE, é vedado ao CESSIONÁRIO alterar, de qualquer forma, a capa, contracapa, quarta capa (última capa) ou conteúdo da obra, ou do seu respectivo encarte, seja pela inclusão, exclusão ou modificação no texto ou na parte gráfica (arte e desenhos).

CLÁUSULA SEXTA – Das Informações a Serem Prestadas ao PROCON ESTADUAL

O CESSIONÁRIO fica obrigado a informar ao CEDENTE, por escrito, a cada reprodução da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” ou de seu encarte, o número de exemplares impressos e os eventuais parceiros que constarem da quarta capa (última capa), encaminhando, em anexo, um exemplar reproduzido da obra e outro do encarte.

CLÁUSULA SÉTIMA – Da Vedação de Venda dos Exemplares da Obra e de seu Respeetivo Encarte

É vedada, em qualquer hipótese, a venda de exemplares da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte.

CLÁUSULA OITAVA – Da Revogabilidade do Termo de Cessão

O presente Termo de Cessão poderá ser revogado na hipótese de infração de qualquer uma de suas cláusulas, bem como no caso de constatação, pelo CEDENTE, de uso indevido da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte pelo CESSIONÁRIO.

CLÁUSULA NONA – Do Uso Indevido

A utilização da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, em desacordo com o disposto na Resolução PGJ nº ____/2009 ou com o presente Termo de Cessão, será considerada violação dos direitos autorais e sujeitará o autor da violação às sanções previstas na Lei Federal nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, dentre outras cabíveis.

Parágrafo Único. O CESSIONÁRIO, nas atividades de reprodução e distribuição da obra “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e de seu encarte, responsabiliza-se por qualquer infração a direitos de terceiros.

CLÁUSULA DÉCIMA – Da Vigência

O Termo de Cessão terá vigência de 24 (vinte e quatro) meses, a partir de sua publicação, prorrogáveis por igual período, mediante termo aditivo próprio.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA – Do Foro

As partes elegem o foro da Comarca de Belo Horizonte para a solução de qualquer dúvida e controvérsia oriundas do presente instrumento.

E por estarem assim justas e acordadas, as partes assinam o presente termo em duas vias, de igual teor e forma, para uma só finalidade, na presença das duas testemunhas abaixo qualificadas.

Belo Horizonte, 1º de setembro de 2009.

ANEXO B.2

INSTRUÇÃO NORMATIVA PROCON ESTADUAL Nº 3, DE 13 DE JUNHO DE 2011

Regulamenta a realização de cursos de treinamento de multiplicadores em educação para o consumo do Programa Procon Mirim, a distribuição da cartilha “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte e do kit escolar Procon Mirim no Estado de Minas Gerais e dá outras providências.

O Coordenador do Procon Estadual de Minas Gerais – PROCON-MG, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela Resolução PGJ nº 11, de 3 de fevereiro de 2011, visando ao atendimento do artigo 4º, incisos III e IV, e

Considerando a vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo, reconhecida pelo Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal nº 8.078/90);

Considerando que a educação para o consumo impõe-se, na sociedade atual, como elemento sociocultural imprescindível a uma cidadania consciente, constituindo-se em um processo contínuo de aprendizagem;

Considerando que iniciativas voltadas à promoção da educação para o consumo priorizem a informação e o esclarecimento, e que as mobilizações em prol disso sejam estruturadas, podendo de fato impactar na formação das crianças enquanto futuros consumidores;

Considerando a necessidade de se investir nos educadores, fornecendo-lhes subsídios teóricos e práticos para o planejamento de ações educativas fundamentadas na promoção da educação para o consumo;

Considerando que o Procon-MG tem, dentre outros, os objetivos de educar para o consumo e de difundir os direitos e deveres garantidos pelo Código de Defesa do Consumidor por meio da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes e de seu encarte;

RESOLVE:

Art. 1º Ficam instituídos, na forma desta Instrução Normativa e seus anexos, os procedimentos para a realização dos cursos de treinamento de multiplicadores em educação para o consumo do Programa Procon Mirim e o processo de distribuição da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes e seu encarte.

Art. 2º O Procon-MG, por meio da Secretaria de Educação para o Consumo, ofertará cursos de treinamento de multiplicadores em educação para o consumo do Programa Procon Mirim direcionados a educadores que trabalham nas escolas públicas (estaduais e municipais) e particulares com alunos entre 07 e 12 anos.

§ 1º Serão ofertados, em Belo Horizonte, rotineiramente e seguindo planejamento, cursos “Treinamento de Multiplicadores do Programa Procon Mirim” para os quais serão convidados educadores da capital e região metropolitana.

§ 2º As Promotorias de Justiça de Defesa do Consumidor do interior do Estado de Minas Gerais, Procons Municipais e outros órgãos envolvidos com a defesa do consumidor poderão solicitar à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG o agendamento do “Treinamento Regional de Multiplicadores do Programa Procon Mirim”.

§ 3º A realização dos referidos cursos está sujeita à anuência do Coordenador do Procon-MG e, no caso de treinamentos regionais, observará a ordem cronológica de chegada dos pedidos e a agenda do Calendário Anual de Atividades do órgão.

Art. 3º A Secretaria de Educação para o Consumo disponibilizará aos educadores/participantes dos treinamentos, sempre que possível, um exemplar da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes e seu encarte, do Código de Defesa do Consumidor, uma camiseta contendo os dez mandamentos do consumidor consciente, panfletos informativos e material didático-pedagógico necessário à execução de ações de educação para o consumo.

DO CURSO TREINAMENTO DE MULTIPLICADORES

Art. 4º O “Treinamento de Multiplicadores do Programa Procon Mirim” consiste em palestras sobre noções básicas do direito do consumidor e sugestões sobre a abordagem didática, em sala de aula, da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes.

Art. 5º As escolas públicas (estaduais/municipais) e particulares e demais instituições que encaminharem educadores para participarem dos cursos de treinamento de multiplicadores, realizados em Belo Horizonte, serão contempladas com 50 (cinquenta) exemplares da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes.

§ 1º Os exemplares da cartilha serão destinados à biblioteca de cada escola e disponibilizados aos alunos, via empréstimo, possibilitando o rodízio entre as turmas e a sua utilização por mais de um ano.

§ 2º A solicitação de número de cartilhas superior ao citado no caput deste artigo, bem como o pedido de reposição de exemplares, deverão ser encaminhados, por meio de ofício, à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG e serão analisados, observando-se, para o seu atendimento, a quantidade de educadores treinados de cada escola, o número de estudantes por sala e a disponibilidade do estoque existente no órgão.

Art. 6º As escolas públicas (estaduais/municipais) que encaminharem educadores para participarem dos cursos de treinamento de multiplicadores, realizados em Belo Horizonte, serão contempladas com o encarte da cartilha para distribuição aos alunos entre 7 e 12 anos.

Parágrafo Único. As escolas particulares e demais instituições poderão reproduzir e distribuir o referido encarte, por meio de Termo de Cessão, disciplinado pela Resolução PGJ PROCON nº 1, de 1º de setembro de 2009.

Art. 7º As escolas públicas (estaduais/municipais) participantes do treinamento de multiplicadores que receberem exemplares da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes deverão encaminhar à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG, no prazo de 90 (noventa) dias, a contar da data do curso, relatório das atividades que foram desenvolvidas com a cartilha, contendo as informações solicitadas pelo roteiro do Anexo I desta Instrução Normativa.

§ 1º O(s) educador(es) que encaminhar(em) o relatório de atividades referido no caput deste artigo, assim como a escola na qual atua(m), serão contemplados com um certificado de reconhecimento pelo trabalho realizado.

§ 2º Cada aluno, entre 7 e 12 anos, do(s) educador(es) autor (es) do relatório de atividades citado no caput deste artigo receberá, em solenidade organizada pelo Procon-MG, na escola, um kit escolar contendo sacola, bloco de anotações, lápis e borracha.

§ 3º A entrega dos certificados e kits escolares, nas escolas, obedecerá à ordem de entrega do relatório, observada a data e hora da mensagem de correio eletrônico ou protocolo de entrada no Procon-MG, no caso de correio postal.

§ 4º A entrega dos kits escolares aos alunos está vinculada à disponibilidade de estoque.

DO CURSO TREINAMENTO REGIONAL DE MULTIPLICADORES

Art. 8º O “Treinamento Regional de Multiplicadores do Programa Procon Mirim” consiste em dois módulos que tratam dos temas “Noções Básicas sobre o Direito do Consumidor”, Abordagem Didática da Cartilha “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” em Sala de Aula” e “Sugestões de Atividades de Educação para o Consumo”.

Art. 9º O treinamento regional deverá ser planejado e executado considerando a abrangência de representantes de diversos municípios da região.

§ 1º Os treinamentos regionais poderão ser solicitados pelas promotorias de justiça, por procons municipais e por outros órgãos envolvidos com a defesa do consumidor, atendendo ao parágrafo 2º, do artigo 2º, desta Instrução Normativa.

§ 2º Cada treinamento regional deverá contar, para a sua realização, com o número mínimo de 100 (cem) inscritos, entre educadores, servidores públicos, universitários e interessados.

Art. 10. O treinamento regional deve, sempre que possível, ser uma ação conjunta entre Procon-MG, Promotoria de Justiça de Defesa do Consumidor, Procon Municipal, Secretaria Municipal de Educação, Superintendência Regional de Ensino e outros interessados.

Art. 11. O(A) Promotor(a) de Justiça de Defesa do Consumidor deverá solicitar exemplares da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes e de seu encarte para distribuição nas escolas participantes do treinamento regional, observando-se o que disciplina o artigo 5º desta Instrução Normativa.

§ 1º As promotorias de justiça deverão encaminhar, no prazo máximo de 05 (cinco) dias antes da realização do curso, lista contendo os nomes das escolas inscritas no curso e número de alunos entre 7 e 12 anos de cada uma delas, para que se agilize a separação de cartilhas e de encartes, de acordo com a disponibilidade do estoque.

§ 2º Os exemplares da cartilha e do encarte que não forem entregues no curso serão repassados para a promotoria de justiça solicitante.

Art. 12. Os procons municipais e demais entidades, antes de solicitarem o treinamento regional, deverão celebrar com o Procon-MG termo de cessão da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes e de seu encarte, visando à reprodução e distribuição desse material nas escolas participantes.

Art. 13. O(s) órgão(s) de defesa do consumidor responsável(is) pela organização do treinamento regional, após a realização do curso, auxiliará(ão) a Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG na assessoria didático-pedagógica aos participantes do curso.

DA DISTRIBUIÇÃO DA CARTILHA PROCON MIRIM: FORMANDO CONSUMIDORES CONSCIENTES E SEU ENCARTE

Art. 14. O(A) Promotor(a) de Justiça de Defesa do Consumidor interessado(a) em receber exemplares da cartilha e de seu encarte deverá encaminhar ofício à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG, juntamente com o planejamento das ações que serão realizadas com o referido material.

§ 1º Cada promotoria solicitante poderá receber até 1.000 (mil) exemplares da cartilha e seu encarte para a realização de suas atividades em educação para o consumo.

§ 2º Para atendimento da demanda, será observada a ordem de chegada dos pedidos e a disponibilidade do estoque do Procon-MG.

§ 3º A forma de distribuição do material nas escolas ficará a critério do(a) Promotor(a) de Justiça solicitante.

Art. 15. As escolas, órgãos e entidades interessados em receber exemplares da cartilha Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes deverão encaminhar à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG o “Formulário de Solicitação de Cartilha e Encartes” (anexo II), juntamente com um planejamento das atividades em educação para o consumo a ser desenvolvido.

§ 1º O planejamento das atividades em educação para o consumo poderá ser feito individualmente ou em conjunto.

§ 2º Serão disponibilizados 50 (cinquenta) exemplares da cartilha a cada interessado.

§ 3º Para atendimento da demanda, será observada a ordem de chegada dos pedidos e a disponibilidade do estoque do Procon-MG.

§ 4º As escolas públicas (estaduais/municipais) receberão encartes para distribuição aos alunos entre 07 e 12 anos.

Art. 16. As escolas, órgãos e entidades que receberem exemplares da cartilha deverão encaminhar, no prazo de 90 (noventa) dias, à Secretaria de Educação para o Consumo do Procon-MG relatório sobre as atividades desenvolvidas (Anexo I).

DA DISTRIBUIÇÃO DOS KITS ESCOLARES

Art. 17. Os kits escolares, compostos por um bloco de anotações, régua, lápis e borracha, são destinados aos alunos entre 7 e 12 anos das escolas públicas (estaduais/municipais) que realizaram atividades com a cartilha “Procon Mirim – Formando Consumidores Conscientes” e seu encarte.

Art. 18. As promotorias de justiça de defesa do consumidor que receberem exemplares da cartilha e de seu encarte poderão solicitar até 1.000 (mil) unidades do kit escolar, por ano, para distribuição nas escolas.

§ 1º Para atendimento da demanda, será observada a ordem de chegada dos pedidos e a disponibilidade do estoque do Procon-MG.

§ 2º As promotorias de justiça se responsabilizarão pelo controle e distribuição dos kits escolares, atendendo, sempre que possível, ao caput do artigo 17 desta Instrução Normativa.

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 19. A cartilha e seu encarte não poderão ser utilizados para outro fim que não seja a conscientização sobre os direitos e deveres do consumidor.

Art. 20. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

Jacson Rafael Campomizzi.
Coordenador do Procon-MG

ANEXO I:

ROTEIRO PARA REGISTRO DE EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA COM A CARTILHA "PROCON MIRIM: FORMANDO CONSUMIDORES CONSCIENTES"

1) IDENTIFICAÇÃO DO(A) RESPONSÁVEL PELO RELATO

- a) Nome completo:
- b) Contatos: Telefone, celular e correio eletrônico:
- c) Função na escola:

2) IDENTIFICAÇÃO DA ESCOLA

- a) Nome da escola:
- b) Endereço:
- c) Bairro:
- d) Cidade:
- e) Estado:
- f) CEP:
- g) Telefone:
- h) Correio eletrônico:
- i) Nome do(a) Diretor(a):
- j) Nome do(a) Coordenador(a):
- k) Público que atende:
- l) Quantidade de estudantes entre 07 a 12 anos:
- m) Observações:

3) APRESENTAÇÃO DA EXPERIÊNCIA PEDAGÓGICA

- a) Tema / assunto:
- b) Introdução (contextualização/período de realização):
- c) Justificativa:
- d) Objetivo geral / Objetivos específicos:
- e) Atividades desenvolvidas:
- f) Recursos utilizados:
- g) Finalização das atividades (modo como elas foram concluídas):
- h) Avaliação da turma (conhecimentos adquiridos, envolvimento, impressões, objetivos alcançados):
- i) Avaliação da experiência (planejamento, êxitos, dificuldades):
- j) Registro das atividades (amostra de trabalhos dos estudantes, fotografias, vídeos, etc.):
- k) Observações:

ANEXO II:

FORMULÁRIO DE SOLICITAÇÃO DE CARTILHAS PROCON MIRIM:
FORMANDO CONSUMIDORES CONSCIENTES E ENCARTES

1) DADOS DA INSTITUIÇÃO SOLICITANTE			
Nome da escola: _____			
Endereço: _____			
Bairro:	Cidade:	FAX:	Estado:
CEP:	Tel:		
Correio eletrônico: _____			
Nome do(a) diretor(a): _____			
Nome do(a) educador(a) participante do curso: _____			
Faixa etária que atende: () 0 a 5 anos () 6 a 12 anos () 13 a 17 anos () outras			
Quantidade de estudantes de 07 a 12 anos: _____			
2) DADOS DO RESPONSÁVEL PELO CONTATO COM O PROJETO PROCON MIRIM			
Nome: _____			
Função: _____			
Tel:	Celular:	Correio eletrônico: _____	
3) OBSERVAÇÕES IMPORTANTES:			
a) A cartilha e seu encarte não poderão ser utilizados para outro fim que não seja a conscientização sobre os direitos e deveres do consumidor.			
b) As cartilhas deverão ser disponibilizadas na biblioteca da escola; e os encartes, entregues aos estudantes entre 07 e 12 anos.			
c) Após a conclusão das atividades com a cartilha "Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes" e de seu encarte, o responsável indicado no item 2 deverá encaminhar à Secretaria de Educação para o Consumo / Procon-MG (Rua Dias Adorno, 347 - Santo Agostinho - Belo Horizonte/MG - CEP 30190-100), relato das atividades contendo: avaliação (resultados obtidos, impressões dos educadores e estudantes sobre a cartilha e seu encarte), amostra de trabalhos dos estudantes, fotos, vídeos e outras informações que se fizerem necessárias.			
Declaro a veracidade das informações prestadas, bem como estar ciente das observações acima, do compromisso de seguir as orientações encaminhadas junto com os exemplares da cartilha "Procon Mirim: Formando Consumidores Conscientes", e, também, desenvolver, na escola, as ações constantes do planejamento.			
Em ____/____/____ Carimbo da escola			
Assinatura do responsável - MASP _____			

ANEXO B.3

RESOLUÇÃO CONJUNTA PGJ PROCON ESTADUAL Nº 1, DE 1º DE FEVEREIRO DE 2012

Cria, na estrutura do Procon-MG, a Escola Estadual de Defesa do Consumidor, dispõe sobre suas atribuições e dá outras providências.

O PROCURADOR-GERAL DE JUSTIÇA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 273 da Lei Complementar Estadual nº 34/94 e o COORDENADOR DO PROGRAMA ESTADUAL DE PROTEÇÃO E DEFESA DO CONSUMIDOR - PROCON-MG, com fundamento no art. 23, incisos I, III e IV da Lei Complementar Estadual nº 61/2001, e, tendo em vista o disposto na Lei Federal nº 8.078/1990 e no artigo 2º, § 1º, da Lei Complementar Estadual nº 66/2003,

RESOLVEM:

Art. 1º Fica criada a Escola Estadual de Defesa do Consumidor, unidade administrativa subordinada técnica e administrativamente ao Programa Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor (Procon-MG), cuja finalidade é planejar, coordenar, promover, orientar e controlar a execução das atividades de educação para o consumo desse órgão.

Art. 2º Compete à Escola Estadual de Defesa do Consumidor:

I - promover a educação e a formação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

II - desenvolver ações de capacitação e aperfeiçoamento dos integrantes do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor em Minas Gerais;

III - elaborar materiais informativos e educativos de formação continuada sobre os direitos dos consumidores;

IV - apoiar, no âmbito estadual, as atividades de educação para o consumo da Escola Nacional de Defesa do Consumidor, do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor – DPDC;

V - promover ações que fomentem o consumo adequado de produtos e serviços, considerando os impactos socioambientais;

VI - propiciar o diálogo entre os órgãos de defesa do consumidor, a comunidade acadêmica, os gestores de políticas públicas e os demais envolvidos nas relações de consumo;

VII - exercer outras funções compatíveis com a sua finalidade.

Art. 3º A direção da Escola será exercida pelo Coordenador do Procon-MG, com exercício de 2 (dois) anos, podendo ser prorrogado.

Art. 4º As diretrizes de atuação da Escola Estadual de Defesa do Consumidor serão definidas por seu Conselho Acadêmico, que terá caráter consultivo e deliberativo.

Art. 5º O Conselho Acadêmico compõe-se de 7 (sete) membros, sendo:

I - o coordenador do Procon-MG, que será seu presidente;

II - 4 (quatro) membros do Ministério Público;

III - 2 (dois) servidores do Ministério Público, preferencialmente, lotados no Procon-MG;

Parágrafo único. Os membros do Conselho Acadêmico serão nomeados pelo Procurador-Geral de Justiça.

Art. 6º São atribuições do Conselho Acadêmico da Escola Estadual de Defesa do Consumidor:

I. - ministrar aulas em conformidade com as respectivas especialidades de seus membros;

II. - estabelecer diretrizes gerais de funcionamento da Escola;

III - decidir sobre questões de interesse da Escola;

IV. - aprovar o plano de atividades da Escola;

Art. 7º A remuneração dos docentes que desempenharem atividades de formação e capacitação pertinentes às atribuições da Escola seguirá os critérios fixados em ato normativo da PGJ-MG relativo ao pagamento de gratificação de magistério.

Art. 8º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Belo Horizonte, 1º de fevereiro de 2012.

ALCEU JOSÉ TORRES MARQUES

Procurador-Geral de Justiça

JACSON RAFAEL CAMPOMIZZI

Coordenador do Procon-MG

ANEXO C

FORMULÁRIOS DE AVALIAÇÃO E PESQUISA

TREINAMENTO DE MULTIPLICADORES DO PROGRAMA PROCON MIRIM

AVALIAÇÃO DO CURSO - DATA: ____ / ____ / _____

Prezado(a) Participante:

O PROCON-MG agradece a sua participação no evento e solicita o preenchimento da ficha de avaliação abaixo. Suas considerações a respeito do curso ministrado são de fundamental importância, pois contribuirão para que atinjamos um padrão de excelência que garanta a qualidade do nosso trabalho. Portanto, avalie os itens, conforme os critérios estabelecidos a seguir, justificando sua nota. Nossos agradecimentos!

1 – Não atendeu às expectativas 2 – Atendeu às expectativas 3 – Superou as expectativas

Divulgação do curso ()

Justificativa: _____

Como tomou conhecimento do curso? _____

Atendimento, inscrições e informações gerais ()

Justificativa: _____

Local de realização do curso ()

Justificativa: _____

Dia e horário de realização do curso ()

Justificativa: _____

Intervalo ()

Justificativa: _____

Assuntos abordados ()

Justificativa: _____

Recursos audiovisuais para apresentação do tema ()

Justificativa: _____

Material de apoio pedagógico ofertado na pasta ()

Justificativa: _____

Comentários e sugestões: _____

TREINAMENTO DE MULTIPLICADORES DO PROGRAMA PROCON MIRIM
PESQUISA: PERFIL DOS PARTICIPANTES - DATA ____ / ____ / _____

Prezado Participante:

O PROCON-MG tem por objetivo divulgar a Educação para o Consumo, tendo em vista a relevância do tema para a formação de um cidadão consumidor mais consciente. Assim, solicitamos-lhe a gentileza de responder às questões, abaixo, pois ela essa contribuição será de grande valia para o aperfeiçoamento de nossas ações. Nossos agradecimentos!

IDENTIFICAÇÃO

1. Município: _____
 2. Órgão que representa: () escola pública () escola particular
() universidade/curso: _____ () outros: _____
 3. Função atual: _____
 4. Grau de escolaridade / formação: _____
 5. Faixa etária com a qual trabalha: () 0 a 6 anos () 7 a 12 anos () 13 a 17 anos
() acima de 18 anos () extensa
-

EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

1. Já consultou o Código de Defesa do Consumidor (Lei Federal 8078/90)? (sim) (não)
 2. Conhece o Procon? (sim) (não)
 3. Conhece o tema Educação para o Consumo? (sim) (não)
 4. Leu bibliografia referente ao tema Educação para o Consumo? (sim) (não)
 5. Recebeu informações sobre o tema Educação para o Consumo em seu(s) curso(s) de formação? (sim) Em qual curso? _____ (não)
 6. Sente-se preparado(a) para aplicar o tema Educação para o Consumo? (sim) (não)
-

AÇÕES PEDAGÓGICAS EM EDUCAÇÃO PARA O CONSUMO

1. Já abordou o tema Educação para o Consumo em sala de aula? (sim) De que forma?
_____ (não)
2. Encontra dificuldade em abordar o tema Educação para o Consumo em sala de aula? (sim)
Quais dificuldades? _____ (não)
3. Gostaria de receber sugestões de abordagem do tema? (sim) (não)
correio eletrônico: _____
4. Considerando a faixa etária dos estudantes com os quais trabalha, qual recurso didático é mais eficiente para facilitar o processo de ensino/aprendizagem dos direitos e deveres dos consumidores e fornecedores em sala de aula? Enumere -os em ordem decrescente (8 a 1).
() cartazes () cartilha () história em quadrinhos () jogos e passatempos
() programa de computador () slides () vídeo () música
() outro: _____