



Na Mídia

04/03/2024 | [Valor Econômico](#)

A discriminação nas relações de consumo e a pauta ESG para 2024

Maria Helena Bragaglia e Renata Bochini, advogadas do Demarest, falam neste artigo a importância do cuidado com o stakeholder consumidor

Maria Helena Bragaglia | Renata Bochini Prática ESG

Parte substancial de consumidores – ou 37,03% dos que participaram de um estudo recentemente realizado e publicado (1) pela Fundação Procon-SP – já sofreu algum tipo de discriminação durante a sua experiência em uma relação de consumo. As modalidades de discriminações mais relatadas decorreram da condição financeira, da cor de pele ou do gênero (feminino) do consumidor.

A Fundação Procon-SP consignou que os resultados demonstram a necessidade de ações efetivas de conscientização e já promoveu algumas iniciativas, em especial para preparar o seu corpo técnico e tentar coibir esse tipo de conduta perante o consumidor. Treinamentos especializados e a publicação de uma cartilha sobre o combate à discriminação nas relações de consumo são algumas das medidas que se destacam entre as adotadas.

A entidade passou também a encorajar os consumidores que denunciam as ocorrências às autoridades competentes para realizar registros em fotos e gravações de áudio e vídeo, caso seja possível, e buscar testemunhas dos fatos para serem utilizados nos casos judicializados.

Enquanto autoridade integrante do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC) (2), o Procon-SP tomou o protagonismo do tema, assumindo papel na disseminação da informação acerca dos direitos estabelecidos pela lei, bem como no amparo ao público quando alvo de algum ato de discriminação.

Para nós, operadores e aplicadores do Direito, o estudo realizado, além de sua inegável importância temática, descortina uma realidade deveras importante: em tempos de ESG – sigla que se refere às melhores práticas Ambientais, Sociais e de Governança de uma empresa –, pensar que parcela relevante de consumidores voluntariamente confirmou ter passado por algum tipo de discriminação no ambiente consumerista traz um sinal de atenção e, por outro lado, uma janela de oportunidade.

Atenção, porque esse tipo de conduta viola, de chofre, as normas consumeristas, sujeitando o fornecedor a riscos de penalidades, que podem ir desde censura até suspensão das atividades, mas, sobretudo, ao abalo de imagem, o

qual, muitas vezes, gera impactos mais significativos e danosos à marca do que qualquer multa ou penalidade financeira.

De acordo com o Código de Defesa do Consumidor (CDC), é função do fornecedor de um produto ou serviço operar sempre em acordo com as normas e os princípios consumeristas estabelecidos pela Política Nacional das Relações de Consumo.

O artigo 4º do CDC dispõe que a dignidade, saúde, segurança e proteção dos interesses econômicos do consumidor devem ser estritamente respeitados por todos. Por esse motivo, diversas empresas incluem a conformidade com as leis consumeristas como um dos pilares fundamentais das suas práticas de ESG.

E janela de oportunidade, na medida em que as empresas atentas ao negócio e preocupadas com a sua função social e seus deveres podem adotar medidas corretivas e preventivas desde logo, demonstrando ao mercado e aos consumidores total alinhamento – e porque não protagonismo – com o assunto.

Lembramos que o consumidor está cada vez mais bem-informado, conectado e toma decisões de consumo focados em sua experiência e no alinhamento da marca com os seus valores e propósitos.

Nesse sentido, práticas que abalem essas experiências têm o condão de tirar as empresas do lugar de escolha do consumidor.

É nessa conjuntura, portanto, que as empresas que atuam no país devem redobrar a atenção para a implementação e a efetivação de políticas para o adequado tratamento do público, garantindo o respeito à dignidade e o cumprimento das normas de defesa do consumidor aplicáveis também para se evitar penalidades mais severas e indesejadas ao fornecedor.

Assim, para erradicação de qualquer discriminação nas relações de consumo, enquanto a Fundação Procon-SP e os demais órgãos do SNDC proporcionam a devida instrução do público, é crucial que os fornecedores adotem as práticas de ESG e promovam o devido preparo para seus colaboradores, em acordo com os princípios consumeristas estabelecidos pelo CDC.

Nesse passo, chamamos a atenção para que as empresas revisitem todas as suas políticas, substancialmente na implementação de medidas tendentes a combater práticas discriminatórias, especialmente à luz das causas raízes que foram refletidas na pesquisa realizada pela Fundação Procon-SP.

Vale observar que, acaso a companhia já cumpra com as normas consumeristas no seu dia a dia, há evidente espaço para aprimoramento. O CDC encoraja o desenvolvimento tecnológico e econômico que viabilize o cumprimento aos princípios basilares da norma consumerista, sempre em acordo com a boa-fé e o equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores. Em outras palavras: em se tratando de responsabilidade social, ética e combate às condutas indevidas, “o céu é o limite” para toda e qualquer boa intenção e inovação.

Sobre as autoras

Maria Helena Bragaglia é sócia da área de Resolução de Disputas (Contencioso Cível/Arbitragem), e Consumo e Varejo do Demarest Advogados.

Renata Bochini é advogada da área de Resolução de Disputas do Demarest.

Disclaimer: Este artigo reflete a opinião do autor, e não do jornal Valor Econômico. O jornal não se responsabiliza e nem pode ser responsabilizado pelas informações acima ou por prejuízos de qualquer natureza em decorrência do uso destas informações.



Maria Helena Bragaglia é sócia do Demarest Advogados. — Foto: Demarest Advogados/Divulgação

