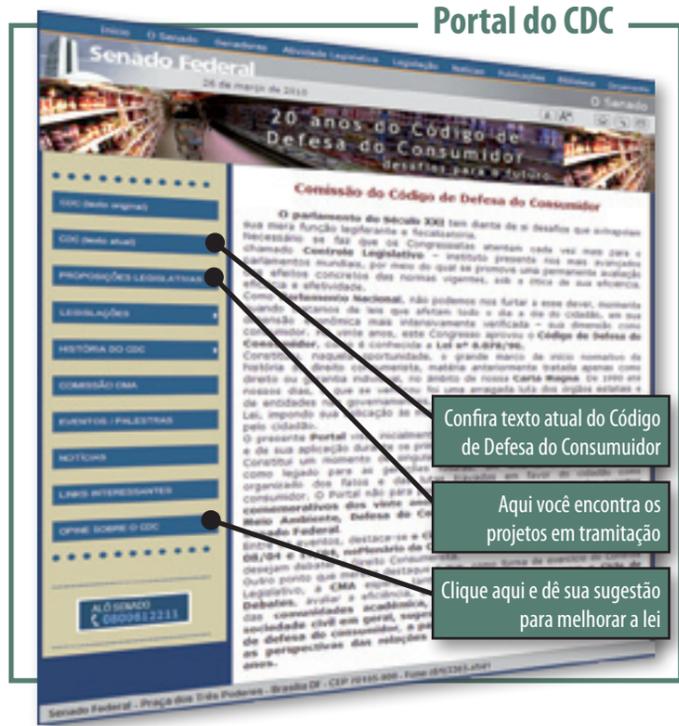


Portal ajuda a renovar Código do Consumidor

Senado oferece ao cidadão chance de participar dos estudos para sugerir mudanças e aperfeiçoamentos à lei, que completa 20 anos



Marco na construção da cidadania e apontado por alguns juristas como a principal lei (8.078/90) do direito privado na segunda metade do século 20, no Brasil, o Código de Defesa do Consumidor completa 20 anos em setembro. E agora precisa ser aperfeiçoado.

Este é o plano da Comissão de Meio Ambiente, Defesa do Consumidor e Fiscalização e Controle (CMA), que criou um grupo de trabalho para elaborar um diagnóstico e fazer sugestões.

A sociedade poderá participar, enviando sugestões para o endereço www.senado.gov.br/sf/senado/programas/20anosCDC. “O grupo de trabalho vai considerar as propostas que forem enviadas”, assegura o senador Renato Casagrande (PSB-ES),

que preside a comissão.

Lançado na quinta-feira, na primeira audiência pública realizada pela CMA para debater o código, o portal traz várias informações, como a versão original do texto legal e sua atualização, a explicação sobre os vetos presidenciais ao que foi aprovado no Congresso e as alterações ocorridas ao longo desses 20 anos.

Há também os projetos em tramitação no Congresso voltados aos direitos do consumidor, a legislação de alguns países, reportagens relacionadas ao código e links para acessar outros endereços importantes, como o Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, os Procons estaduais, Ministério Público, agências reguladoras e associações, entre outros.

Para o ministro Herman Benjamin, do Superior Tribunal de Justiça (STJ), um dos idealizadores do CDC, o texto precisa ser mais explícito em alguns dispositivos e incluir pelo menos dois novos temas: comércio eletrônico e endividamento das pessoas.

As vendas pela internet estão cada vez mais difundidas, mas o comprador está, segundo Benjamin, pouco amparado pelo CDC, até porque não era preocupação na época em que foi elaborado.

No caso do “superendividamento das pessoas físicas”, disse o ministro, os dispositivos do CDC que oferecem alguma proteção no crédito ao consumo são incipientes e o consumidor está muito vulnerável ao marketing agressivo, que promete prestações de até 20 vezes sem juros.

Idec: comprador precisa conhecer seus direitos

Conhecer os seus direitos é um dever do consumidor. Esse é o primeiro passo para se prevenir de aborrecimentos futuros, aconselha Marilena Lazzarini, uma das fundadoras, em 1987, do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), considerado uma das principais associações de consumidores do país. Para tanto, os brasileiros têm que se inteirar dos direitos assegurados no CDC, cuja versão atualizada pode ser lida no portal lançado pelo Senado.

A dificuldade é que a maior parte dos consumidores, segundo a conselheira do Idec, sabe da existência do código e de que pode ir reclamar em algum lugar, “mas chegam ao Procon depois que fizeram compras ruins”. O segundo passo recomendado pelo Idec é comprar de forma responsável, pesquisando sempre condições

e preços ofertados, além de manter a calma e o equilíbrio ao decidir a compra.

O terceiro passo é saber reclamar adequadamente. “O consumidor que conhece os seus direitos resolve sozinho os seus problemas, na maioria dos casos. Ele reclama direto no fornecedor e só vai ao Procon se isso não dá certo”, disse Lazzarini. O percurso mais frequente é outro: o consumidor compra de qualquer jeito e, depois, vai procurar o Procon. Segundo o DPDC, a marca Procon tornou-se tão forte que muitos brasileiros recorrem ao órgão para se divorciar, levantar FGTS e outros motivos que nada têm a ver com a relação de consumo.

O código estimula, conforme a conselheira, que o consumidor reclame direto com o fornecedor. Criou, para tanto,

um dispositivo pelo qual interrompe contagem de prazo para reclamação quando o consumidor comprova sua queixa junto ao fornecedor. Mas é sempre importante estar atento. Lazzarini alertou que várias lojas de eletrodomésticos estão fixando prazo de 72 horas para trocar produtos com defeito, se não o comprador tem que ir direto à assistência técnica: “Isso está errado. O CDC estabelece que o consumidor pode escolher onde trocar o produto defeituoso: ou na loja, ou na assistência técnica ou na fábrica”.

As queixas aos fornecedores precisam ser registradas como forma de comprovação – através de carta, por exemplo. Só que essa exigência é mais um problema para pessoas de baixa escolaridade que estão ascendendo ao mercado. Daí a importância das organizações de consumidores. No entanto, segundo Lazzarini, elas enfrentam enorme dificuldade no Brasil. “Não temos uma cultura associativista”, lamentou.

O Idec vem estudando mecanismos, na área das agências reguladoras, de viabilizar a participação de associações em consultas públicas de “assuntos intrincados”, como telecomunicações e energia elétrica.

Marilena Lazzarini ajudou a fundar o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor, considerado uma das principais associações de consumidores do país



José Cruz

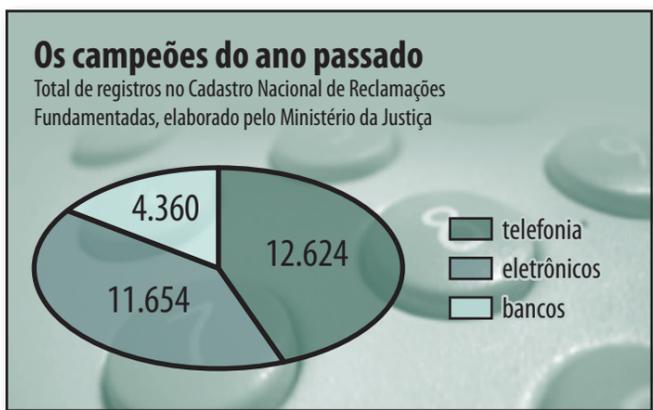


Foto: Stock/XCHING

Telefonia é campeã de queixas, aponta levantamento nacional

As empresas de telefonia continuam a ser as recordistas em reclamações nos procons. O Cadastro Nacional de Reclamações Fundamentadas mostrou que, em 2009, elas permaneceram à frente dos bancos, que acumulam grande volume de queixas principalmente contra os cartões de crédito.

O Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC), do Ministério da Justiça, responsável pelo cadastro exigido pelo artigo 44 do CDC, divulga hoje o relatório analítico sobre as 104.867 reclamações registradas contra mais de 10 mil fornecedores no ano passado. Esse levantamento funciona como amostragem, porque reúne os dados de apenas 39 procons dos cerca de 600 existentes no país, segundo o diretor do DPDC, Ricardo Morishita. A novidade é que, com base nesse relatório, as recordistas vão ter que explicar à sociedade o que estão fazendo para reduzir as reclamações de sua clientela.

As empresas de telefonia

possuem ouvidorias exigidas pela Anatel, mas elas não têm autonomia decisória para corrigir políticas da empresa que prejudiquem os consumidores. Morishita defende que a comissão do Senado estude uma lei para exigir ouvidorias nas empresas que ainda não as implantaram e dar a elas maior poder decisório.

Com o melhor desempenho nos indicadores auditados pela Anatel nos últimos dois anos, a Vivo explicou, na audiência pública na CMA, que focou na melhoria do atendimento ao cliente para reduzir custos e recuperar a imagem da empresa, desgastada pelas queixas e denúncias de fraudes e clonagem. Atualmente, recebe cerca de 2 milhões de reclamações entre 40 milhões de ligações mensais atendidas no seu call center.

Segundo Roberto de Lima, presidente da empresa, 66% dessas queixas, que vão da falta de conexão à contestação de valores faturados, são hoje resolvidas na própria ligação.

Saiba mais

Portal 20 anos do Código de Defesa do Consumidor
www.senado.gov.br/sf/senado/programas/20anosCDC/default.asp

Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor
Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

www.senado.gov.br/jornal/cidadania/index.htm
Procurar Crédito consignado;
Natal: Direitos do Consumidor;
Tarifas bancárias;
Regras para os SACs são descumpridas.

Links interessantes alojados no portal
www.senado.gov.br/sf/senado/programas/20anosCDC/links.asp

Especial Cidadania (algumas edições relacionadas ao código)



CONFIRA A ÍNTEGRA DO ESPECIAL CIDADANIA EM WWW.SENADO.GOV.BR/JORNAL