

CENTRAL DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR

Anna Carolina de Miranda

Aluno do Curso de Direito, 4º ano, Faculdade de Direito da
Instituição Toledo de Ensino de Bauru.

Orientador: Prof. Dr. José Luiz Ragazzi

RESUMO

Vivemos num mundo demasiadamente capitalista. O homem vive em função de um modelo de sociedade de consumo, e esta, por sua vez, não traz apenas benefícios, ao contrário. Antigamente, fornecedor e consumidor mantinham uma relação de relativo equilíbrio, mesmo porque, na grande maioria dos casos, se conheciam. Com o advento da globalização e o conseqüente crescimento do comércio e aumento da população, a figura do fornecedor ampliou-se, surgindo, além do fornecedor, o fabricante, o construtor, o produtor, o comerciante e até o importador. Inegavelmente, são eles que assumem a posição de força na relação de consumo e que por ser assim, “ditam as regras”. O consumidor é vulnerável, pois é “obrigado” a adquirir determinados produtos diariamente, como, por exemplo: gás de cozinha, combustível, mantimentos em geral, ficando assim à mercê das condições impostas pelos fornecedores. Neste contexto, a proteção das relações de consumo deve ultrapassar as linhas legais e atingir níveis reais de efetivação; todavia, enquanto a sociedade civil não se organizar a fim de viabilizar os conhecimentos e efetivar os direitos do consumidor, as relações de consumo continuarão sendo regidas pelo desequilíbrio.

Palavras-chave: Cidadania, atendimento e escritório jurídico, consumidor.

INTRODUÇÃO

O consumo, hoje, acabou sendo um traço característico da sociedade contemporânea. Faz parte do cotidiano do ser humano. A verdade é que todos nós somos consumidores, independente da classe social. Consumimos, desde o nascimento e em todos os períodos da vida, por motivos variados que vão desde a necessidade e sobrevivência até por desejo, que é o consumo pelo consumo.

Pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, em 15 de março de 1991, na capital paulista, informava que 87% dos entrevistados já haviam ouvido falar do Código do Consumidor, mas 52% não souberam descrever os direitos básicos dos consumidores. Isto depois de seis meses em vigor, numa cidade politizada, bem servida de meios de comunicação, numa fase em que a mídia se ocupou largamente do assunto. Resultado: de modo geral, o consumidor não conhece seus direitos. E a causa está na deficiência da sua educação para o consumo.*

Os órgãos governamentais, os meios de comunicação e a sociedade civil deveriam juntar-se para levar ao consumidor as informações mínimas sobre seus direitos e os órgãos a quem devem recorrer, conscientizando-o e preparando-o para defender-se. Esta seria a educação informal.

Tão importante quanto a educação informal é a formal. É urgente e indispensável a inclusão nos currículos escolares de noções básicas de educação para o consumo, preparando, já na infância e adolescência, o consumidor do futuro, tal como se pretende fazer e vem sendo feito em outras áreas, como drogas e trânsito. Cumpre aos órgãos educacionais (MEC, Secretarias de Educação, escolas particulares) estudar a proposta no sentido de viabilizar esta educação.

A Constituição Federal determina que os poderes públicos devem promover a defesa do consumidor; grande parte dos consumidores desconhece seus direitos e ainda enfrenta dificuldades de acesso à justiça. Sendo assim, não consegue obter a devida proteção de que tem direito na relação de consumo, as reclamações não são ouvidas e as dúvidas não são esclarecidas.

Decorridos 14 anos da vigência do CDC, a educação para o consumo ainda não foi efetivamente introduzida nos currículos escolares.

Apesar de a Constituição determinar, desde 1988, que os Poderes Públicos devem promover a defesa do consumidor, a triste realidade é que, em 1999 (11 anos depois), a metade da população brasileira ainda não recebia qualquer atendimento nessa área, simplesmente porque não havia órgãos específicos de defesa do consumidor em cerca de 5.000 dos 5.595 Municípios brasileiros.¹

1 João Batista de Almeida, A Proteção Jurídica do Consumidor, Saraiva 2000.

Pouca coisa mudou, o consumidor ainda enfrenta dificuldades de acesso à justiça e desconhece muitos de seus direitos.

A doutrina existente sobre o assunto, de modo geral, traz informações para o leitor sempre alertando e instruindo sobre os direitos existentes no Código de Defesa do Consumidor. Isso porque se preocupa com o consumidor devido à posição que ocupa na relação de consumo.

Para Paulo Valério Dal Pai Moraes, alteração no modelo de produção acontecida no final do século XVIII e que se consolidou no século seguinte, fez com que a relação de trabalho que tinha um caráter individual e personalizado, se convertesse em uma relação massificada e despersonalizada.

A energia humana foi substituída pela mecânica, o trabalhador passou a ser considerado um número (...). Como consequência disso, a produção aumentou imensamente, sendo gerado um mercado consumidor que é seduzido pelas inovações, das quais sequer noção possui quanto à forma com que foram produzidos ou eventuais problemas que podem acarretar.

O relacionamento inter-humano evidenciou uma problemática bastante complexa, que é a busca de um relativo equilíbrio entre o forte e o fraco. O autor, ao tratar dos princípios do CDC, conceitua a vulnerabilidade como sendo o princípio pelo qual o sistema jurídico brasileiro reconhece a qualidade daquele ou daqueles sujeitos mais fracos na relação de consumo (MORAES, 1999).

É com os olhos nessa vulnerabilidade do consumidor que se fundou a nova disciplina jurídica, o Código do Consumidor.

Toda e qualquer legislação de proteção ao consumidor tem o mesmo objetivo, reequilibrar as relações de consumo (GRINOVER e BENJAMIN, CDC comentado 2001).

Interessa averiguar de que forma a nova legislação alcançará efetividade, que mecanismos devem ser utilizados, expandidos ou revitalizados para uma tutela real e efetiva.

Não basta só a edição de uma lei para que a proteção se efetive. É necessário mais; a lei só será efetiva na medida em que os órgãos aplicadores estiverem preparados e instrumentalizados para tanto (...) outros fatores serão determinantes na efetivação dessa proteção, a começar pela educação para o consumo (ALMEIDA, 2000).

José Luiz Ragazzi, em sua obra, demonstra também a insatisfação dos jurisdicionados com a demora na prestação da tutela jurisdicional e a desigualdade material e processual que se estabelece nas relações de consumo, pela desigualdade econômica e cultural entre fornecedores e consumidores.

Com o advento da Lei protetiva n. 8.078/90, o consumidor ganhou *status* nunca dantes experimentados em nosso país, com instrumentos ágeis, que, se bem utilizados, podem proporcionar uma efetiva defesa do consumidor (RAGAZZI, 2002).

A autora Thereza Christina Nahas traz informações importantes acerca das cláusulas abusivas nos contratos de consumo. Para ela, a promulgação do CDC gerou um verdadeiro regulamento para as relações de consumo, (...). enfoque maior é dado às cláusulas consideradas pelo legislador como abusivas, (...). Todavia, seja verbal ou escrito o contrato de consumo, certo é que todos contêm cláusulas necessárias e suficientes à regulamentação das relações de consumo (NAHAS, 2002).

Por fim, Hugo Nigro Mazzilli e Rodolfo de Camargo Mancuso tratam do Direito do Consumidor no campo prático, ou seja, no campo processual, informando sobre a proteção dos consumidores e a defesa de seus direitos, em juízo.

Incorreta tem sido a resistência que, às vezes, se vê na jurisprudência contra a defesa de interesses coletivos em diversas matérias como os aumentos abusivos das mensalidades escolares (...). Naturalmente, é necessário que as ações civis públicas e coletivas sejam usadas com prudência e adequação para não extravasarem o objeto a que se destinam, por outro lado, (...) devem ser admitidas com coragem e energia, para por meio delas se coibirem, os abusos que governantes, empresas, poluidores, serviços público etc. costumam impingir até agora quase que impunemente, contra a coletividade neste país (MAZZILLI, 2004).

Posto isto, foi realizada uma pesquisa no centro da cidade de Bauru (Calçada da Batista) no dia 13/11/2004, num sábado de movimento no comércio.

A pesquisa atendeu aos objetivos, uma vez que foi de fácil interpretação a todos os colaboradores entrevistados.

Neste primeiro momento, pude ter contato com 100 (cem) pessoas (consumidores) e o resultado obtido, bem como as opiniões e queixas desta amostra de pessoas não causaram espanto, uma vez que vieram confirmar as informações já existentes.

Realmente, o consumidor bem pouco conhece seus direitos e o que mais preocupa é que, os poucos que de alguma forma têm conhecimento, alguma vez já tiveram outras dúvidas e mesmo assim o PROCON não foi acionado.

Com base nos resultados da pesquisa realizada recentemente (nov. 2004), o problema diagnosticado foi realmente confirmado e, sendo assim, pensei num meio de poder, de alguma forma, estar solucionando este problema que é não só dos consumidores, mas também de toda a sociedade.

Assim é que a pesquisa de campo foi realizada em local público que possui fluxo intenso de pessoas diariamente; todas consumidoras e que estavam no local adquirindo produtos e/ou efetuando pagamentos.

As pessoas foram escolhidas aleatoriamente e espontaneamente responderam ao questionário.

Não ocorreram dúvidas quanto à interpretação das questões propostas, inclusive foram obtidos vários elogios pela iniciativa do projeto de pesquisa.

Todos os entrevistados afirmam que recorreriam a um local onde pudessem esclarecer dúvidas e obter informações.

Sendo assim, o projeto que proponho para auxiliar na solução do problema é que criemos uma **CENTRAL DE ATENDIMENTO AO CONSUMIDOR**.

A Central de Atendimento ao Consumidor, da ITE, resumindo, será um local apto a atender do cidadão que busca respeito nas relações de consumo, mas que pouco sabe sobre seus direitos e os meios que possui para garanti-los.

A proposta é:

Primeiramente, será feita divulgação, junto aos meios de comunicação, como jornais, emissoras de rádio e televisão.

A Central de Atendimento funcionará na ITE em horário adequado, orientando as pessoas que se dirigirem até o local, tirando dúvidas, esclarecendo situações e fornecendo informações sobre quais direitos a pessoa possui, se é que possui, e como solucionar possíveis problemas.

Os consumidores serão orientados por estudantes do Curso de Direito que, por sua vez, contarão com o apoio de professores escalados pela Instituição para colaborarem com o projeto. Além dos atendentes, a presença de um professor coordenador é fundamental para que possa interceder junto à Instituição, orientar e ministrar cursos para os integrantes do projeto.

O professor responsável pelo projeto fará reuniões mensais, para acompanhar o projeto e adaptá-lo, se necessário. Os estudantes integrantes do projeto receberão um desconto nas mensalidades do curso como forma de pagamento, incentivo e ajuda de custo para o trabalho.

Paralelo a este serviço, os atendentes desenvolverão uma cartilha de orientação à população que será fornecida trimestralmente e conterà informações úteis e novidades sobre o Direito do Consumidor. Para tanto, serão utilizadas informações veiculadas nos *sites* de Informação ao Consumidor como IDEC, PROCON etc.

Toda pessoa que procurar a Central de Atendimento será cadastrada e receberá em sua casa a cartilha desenvolvida pelo projeto.

A cada atendimento, serão feitos os esclarecimentos necessários, sempre buscando o meio mais pacífico e sensato para solução do problema. Quando o meio judicial se fizer realmente necessário, o indivíduo preencherá um termo concordando com as normas do projeto e trará os documentos necessários para Instruir a Petição Inicial.

O atendente, membro do projeto, elaborará a Petição Inicial e dará prosseguimento ao processo juntamente com o advogado que fará as correções necessárias.

Aos demais membros do projeto, caberá acompanhar passo a passo o processo, mantendo os autores informados, sendo que cada atendente se responsabilizará por seu cliente.

A Central de Atendimento ao Consumidor, da ITE, funcionará de segunda à sexta feira das 10 às 20 horas e, inicialmente, precisará de 3 atendentes em cada turno quais sejam: 10h às 15h e das 15h às 20h. Sendo assim, a execução do projeto dará oportunidade para alunos dos períodos matutino e noturno.

Dentre os atendentes, em cada turno haverá um aluno gerente que se responsabilizará em efetuar o fechamento do serviço naquele período e elaborará relatório para o coordenador. Será este gerente o responsável quando o coordenador não estiver presente e quem responderá pelo turno, mantendo o coordenador informado.

O atendente deverá, ao longo do mês, desenvolver, seja uma pesquisa, ou um pequeno artigo, ou ainda uma curiosidade; enfim, cada mês deverá entregar para o gerente algo sobre Direito do Consumidor que será utilizado para a confecção da cartilha de informação.

Em um segundo momento, serão feitos atendimentos no centro da cidade; um sábado por mês haverá divulgação do projeto, cadastros e prestação de atendimento das 10h às 15h.

No terceiro momento, o projeto será ainda mais ampliado, os integrantes do projeto levarão até os estudantes de 5ª à 8ª série, orientações, cumprindo assim a função de levar a educação formal até as escolas.

Serão agendadas três escolas por semana e cada aluno receberá orientação, tirará dúvidas e as que não esclarecidas serão encaminhadas posteriormente.

RESULTADOS

Das pessoas entrevistadas, apenas 10 afirmaram nunca ter tido dúvidas quanto a seus direitos de consumidoras, ou seja, em média, 10% dos entrevistados. Em contrapartida 88% dos entrevistados afirmaram que já tiveram dúvidas efetivas e somente 3 pessoas procuraram o PROCON e, infelizmente, nenhuma aprovou o serviço.

Foi apurado outro dado importante: apenas 37% dos entrevistados tinham conhecimento de mais da metade das questões, ou seja, 63%, mais da metade dos entrevistados sabiam 4 questões ou menos. Apenas 1 entrevistado tinha conhecimento de todas as questões propostas; contudo, já teve alguma outra dúvida como consumidor.

É diante desses dados, com base nas informações obtidas juntamente aos consumidores que fica evidenciada a falta de conhecimento e de educação para o consumo. A grande maioria dos consumidores já teve alguma dúvida, mas não procurou o PROCON.

CONCLUSÃO

O Código de Defesa do Consumidor foi elaborado com o intuito de equilibrar as relações de consumo que cresceram enormemente nos últimos anos. O

consumidor passou a ser visto como parte mais fraca da relação de consumo e, acertadamente, ganhou mais proteção, uma vez que o consumidor não escolhe se quer adquirir determinados produtos; ele, muitas vezes, precisa adquirir, seja por vontade própria, como, por exemplo, as “guloseimas”, seja por necessidade, como, por exemplo, gás, energia elétrica, água, arroz, carne etc., que são produtos que podem ser considerados como essenciais.

É por existir produtos que o cidadão necessita adquirir que ele deve ser protegido para que os fornecedores não se valham da necessidade do homem e abusem ou se aproveitem da situação.

Toda e qualquer legislação de proteção ao consumidor tem o mesmo objetivo, reequilibrar as relações de consumo (GRINOVER e BENJAMIN, CDC comentado 2001).

Ora, se a população está carente de informação, é hora de a sociedade se mobilizar.

Por que as pessoas não recorrem ao PROCON?

Eu acredito que pelo mesmo motivo que a grande maioria das pessoas não procura diretamente o coordenador da educação para fazer suas reclamações; por exemplo, os pais têm as escolas, as secretarias de ensino e as diretorias regionais de educação. Talvez falte um local intermediário entre as dúvidas dos consumidores e um órgão grande de proteção como o PROCON.

(...) Interessa averiguar de que forma a nova legislação alcançará efetividade, que mecanismos devem ser utilizados, expandidos ou revitalizados para uma tutela real e efetiva (...)
(ALMEIDA, João Batista de. 2000).

Acreditando que é urgente e indispensável a inclusão nos currículos escolares de noções básicas de educação para o consumo, para preparar já na infância e adolescência, o consumidor do futuro e que cumpre também aos órgãos educacionais (MEC, Secretarias de Educação, escolas particulares) estudarem a proposta no sentido de viabilizar esta educação que, acredito, ser este projeto, meio adequado para o início de uma mudança que já devia ter ocorrido, mas que ainda há tempo de ser realizada.

O trabalho de pesquisa veio confirmar o diagnóstico apresentado inicialmente.

Através da pesquisa de campo, ficou evidenciado que a grande maioria dos consumidores não conhece seus direitos.

Foi verificado que há a necessidade de uma educação para o consumo, ou seja, falta informação e, mais do que isso, essa educação para o consumo deve ser iniciada na escola.

A educação formal pode ser viabilizada por meio de Instituições privadas que prestando serviços à população em geral, também estão cumprindo sua função social.

O consumo movimenta o crescimento de um país e o consumidor merece ser respeitado e, para tanto, precisa de ajuda para fazer valer seus direitos.

Com a Central de Atendimento ao Consumidor, a ITE estará prestando atendimento à população, incentivando seus alunos a conhecerem e se aprofundarem no estudo de uma matéria que não faz parte da grade curricular, levando informação às escolas da rede municipal de ensino e ainda possibilitando acesso gratuito à justiça para as pessoas que necessitarem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. A Proteção Jurídica do Consumidor. São Paulo: Saraiva 2000

GRINOVER, Ada Pellegrini. Código Brasileiro de Defesa do Consumidor Comentado pelos Autores do Anteprojeto. 7ª edição. São Paulo: Forense Universitária 2001

MANCUSO, Rodolfo de Camargo. Manual do Consumidor em Juízo.

São Paulo: Saraiva 2001

MAZZILLI, Hugo Nigro Mazzilli. A Defesa dos Interesses Difusos em juízo. São Paulo: Saraiva 2004

MORAES, Paulo Valério Dal Pai. Código de Defesa do Consumidor, o princípio da vulnerabilidade no contrato, na publicidade, nas demais práticas comerciais. Porto Alegre: Síntese 1999

NAHAS, Thereza Christina. Cláusulas Abusivas nos Contratos de Consumo. São Paulo: LTr 2000

RAGAZZI, José Luiz. Tutela Antecipada nas Relações de Consumo. São Paulo: Juarez de Oliveira 2002

SITES

www.emdefesadoconsumidor.com.br

www.idec.com.br

www.jusnavegandi.com.br