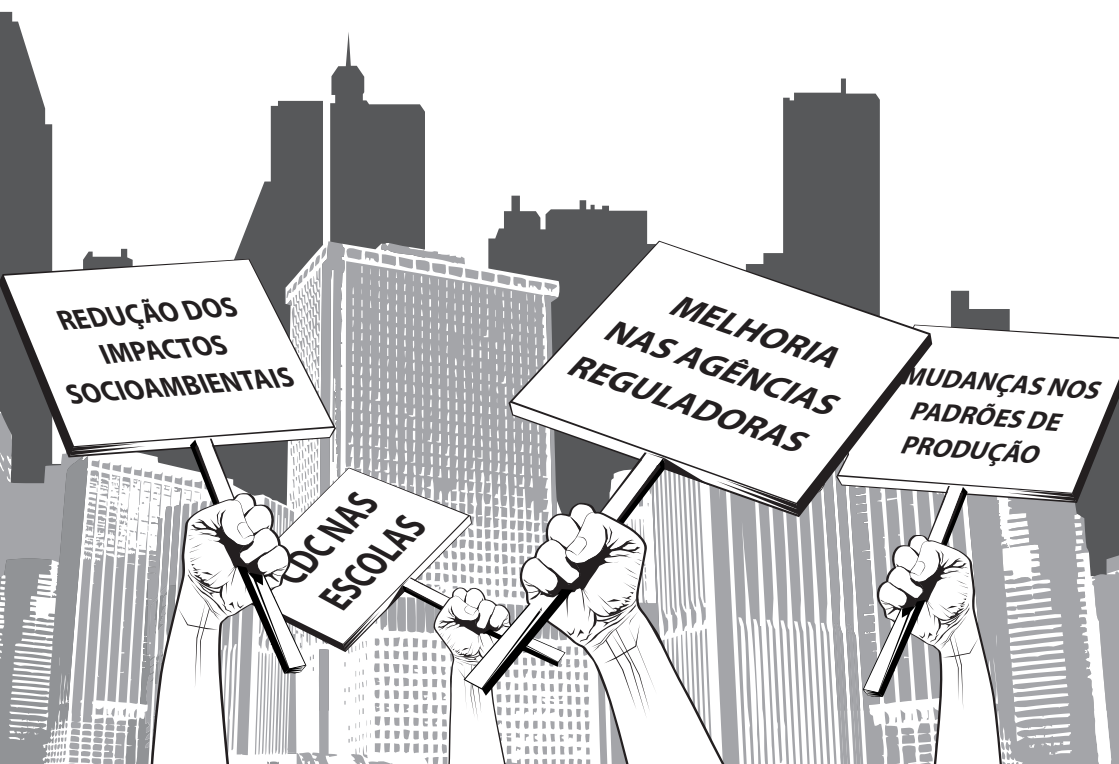


Plataforma dos Consumidores

Eleições 2010



REDUÇÃO DOS
IMPACTOS
SOCIOAMBIENTAIS

CDC NAS
ESCOLAS

MELHORIA
NAS AGÊNCIAS
REGULADORAS

MUDANÇAS NOS
PADRÕES DE
PRODUÇÃO

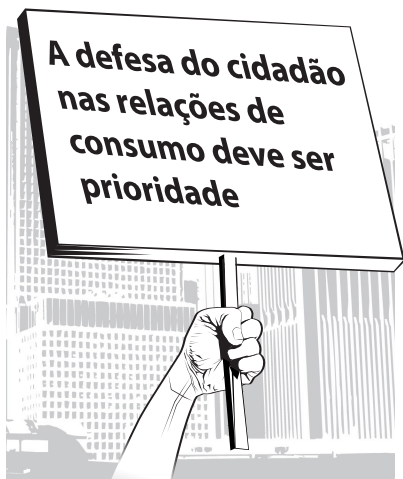


**Por que uma
plataforma dos
consumidores?**

O candidato à Presidência da República escolhido nas eleições de 2010 terá pela frente grandes desafios de ordem política, social e econômica. O crescimento econômico vivido pelo Brasil é uma oportunidade de garantir o acesso a bens e serviços essenciais a uma vida digna para aqueles que sempre viveram à margem do mercado de consumo. Porém, para que esse crescimento seja sustentável, entre outras iniciativas, é imprescindível o equilíbrio nas relações de consumo. Para isso, é fundamental garantir proteção ao consumidor. O consumidor não pode mais ser visto apenas como um elo econômico na ponta da cadeia, mas como portador de direitos e elemento fundamental para a constante formulação e aprimoramento das políticas que lhe digam respeito numa economia de mercado e numa democracia.

Para a sociedade, o grande desafio será eleger representantes que se comprometam com a consolidação da democracia e a proteção dos direitos dos cidadãos à saúde, à alimentação saudável, aos serviços públicos essenciais, de qualidade e acessíveis a todos, à segurança, à educação e ao meio ambiente sadio. O equilíbrio entre os interesses do mercado e os da sociedade depende de políticas adequadas para tratar as relações de consumo. O consumo se relaciona a todos esses temas, além de outros muito importantes para a sociedade neste século XXI, como o acesso ao conhecimento, as mudanças climáticas, a privacidade e o comércio eletrônico.

O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) e as demais organizações pertencentes ao Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC) apresentam a Plataforma dos Consumidores para as Eleições 2010, para contribuir na formulação dos programas dos candidatos e comprometê-los com as propostas ora apresentadas.



A Constituição Federal de 1988 e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078/90), que em 2010 completa 20 anos, possibilitaram avanços rumo ao equilíbrio das relações de consumo no Brasil. Apesar do DPDC – Departamento de Defesa do Consumidor, do Ministério da Justiça dispor de exíguos recursos humanos e materiais, hoje há uma melhor articulação do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor (SNDC), especialmente entre os Procons, Ministérios Públicos e Defensorias Públicas. Nos últimos anos, foi implantado o SINDEC

– Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor, que hoje já reúne as reclamações fundamentadas dos consumidores recebidas por 118 Procons, estaduais e municipais. O Fundo Federal de Direitos Difusos (Lei 7.347/85) foi implantado em 1999, permitindo o financiamento de algumas atividades de órgãos públicos e entidades civis. Mas seu funcionamento deve ser aprimorado e seus recursos vêm sofrendo frequentes contingenciamentos, deixando de cumprir sua finalidade.

Mas há muito a ser feito. Apesar de todos os estados terem criado órgãos estaduais de proteção ao consumidor (Procons), apenas cerca de 10% dos municípios brasileiros contam com Procons. Inúmeros dispositivos do CDC requerem efetiva implementação pelo governo federal. O número de reclamações nos Procons aumenta a cada ano e reflete apenas uma amostra do universo dos problemas enfrentados pelos consumidores. E, por incrível que pareça, a maioria dessas reclamações retratam a má qualidade dos serviços e do atendimento ao consumidor prestados por empresas de setores regulados: 63% das reclamações fundamentadas registradas no SINDEC em 2009 referem-se a esses setores, sendo que telecomunicações e serviços financeiros são os setores com maior número de reclamações 59% do total do cadastro nacional 2009 e 94% das reclamações referentes a Assuntos Regulados. É urgente que o próximo governo crie as condições

para que a regulação incorpore a proteção do consumidor.

O SNDC precisa ser reforçado em todos os seus níveis. Para que o mercado funcione bem, é necessário equilíbrio. As organizações de defesa do consumidor-protagonistas importantes no desenvolvimento da cidadania, da cultura associativista, da defesa coletiva de direitos -são fundamentais para a garantia desse equilíbrio. Mas precisam ser fortalecidas. É importante que sejam criadas políticas que contribuam para a sua sustentação, de forma independente, sem atrelamento a empresas e partidos políticos.

A educação para o consumo na educação formal é um instrumento fundamental para diminuir a vulnerabilidade do consumidor no mercado. Contudo, no Brasil, não há programas nesse sentido, como acontece nos países mais desenvolvidos. Entre os direitos previstos no artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor está o da educação para o consumo, o que significa promover a conscientização dos direitos e responsabilidades dos consumidores. Embora já incluído entre os temas transversais nos Parâmetros Curriculares Nacionais, elaborados em 1998, esse tema não tem recebido atenção das autoridades de educação e isso precisa ser revertido. Sem conhecer os seus direitos, quando os problemas acontecem, os cidadãos não sabem o que fazer para que os danos sofridos sejam reparados. A maioria não tem acesso aos Procons.

As eleições de 2010 acontecem em um cenário de crescimento econômico do país. Trinta milhões de consumidores foram incorporados à classe média, usando o crédito intensamente e adquirindo bens e serviços. A vulnerabilidade dessa massa de consumidores recém-chegados ao mercado é ainda maior. Por isso, a proteção do consumidor deve ser uma das prioridades do novo governo.



- 1.** Criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, à semelhança do CONAMA ou do CONANDA, para definir e monitorar a política nacional de defesa do consumidor, com composição paritária entre entidades de consumidores e demais segmentos.
- 2.** Fortalecimento das ações de proteção do consumidor pelo Governo Federal, por meio da mudança de seu status na estrutura organizacional do Estado e, principalmente, que esta mudança de status signifique maior estrutura e aporte de recursos.
- 3.** Preservação do Código de Defesa do Consumidor frente aos atos dos poderes Executivo e Legislativo, acordos internacionais e pressões do poder econômico.
- 4.** Coordenação entre as instituições que participam dos processos regulatórios exercidos no âmbito do Governo Federal, garantindo a articulação entre as agências e órgãos reguladores e o órgão nacional de defesa do consumidor, visando a incorporação efetiva da proteção do consumidor pelo sistema regulatório.
- 5.** Contribuir para a melhoria do sistema regulatório, que deve garantir mecanismos efetivos e eficazes de transparência e prestação de contas, de participação e de monitoramento por parte da sociedade civil, inclusive com a criação de um sistema nacional de informação sobre regulação e direitos do consumidor nos diferentes setores, permitindo intercâmbio de experiências e informações entre os membros do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
- 6.** Apoio técnico e financeiro à criação de órgãos municipais de defesa do consumidor em todos os municípios brasileiros, de forma a tornar a rede protetiva e fiscalizatória a mais capilar possível e, ao mesmo tempo, liberar os órgãos estaduais para funções mais estratégicas, como o planejamento e a prevenção.

- 7.** Apoio ao fortalecimento das entidades civis e à sua efetiva participação no Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.
- 8.** Manutenção, aperfeiçoamento e apoio ao funcionamento do Fundo Federal dos Direitos Difusos, preservando as suas atuais fontes de receitas e a efetiva destinação dos recursos arrecadados.
- 9.** Contribuir para a efetiva implantação da educação para o consumo nos programas das 5ª às 8ª séries do ensino fundamental e no ensino médio, nas escolas estaduais e municipais, como está previsto nos parâmetros curriculares do ministério da educação. Neste sentido, é fundamental o aumento dos recursos destinados à educação e à informação dos consumidores, como determina o artigo 4º, IV, do Código de Defesa do Consumidor, inclusive com apoio às atividades de educação informal desenvolvidas pelas entidades civis de consumidores e a viabilização de espaço nas emissoras de rádio e televisão para programas de educação para o consumo, nos termos do artigo 221 da Constituição Federal.
- 10.** Políticas públicas integradas para induzir a mudança dos padrões de produção e consumo visando reduzir os impactos socioambientais nos diferentes setores, combinando regulação com a utilização de instrumentos econômicos e promovendo a informação clara e adequada para os consumidores.



O Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC – é uma associação de consumidores, sem fins lucrativos, criada em julho de 1987 e mantida por seus associados. A missão do Idec é promover a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo, com total independência política e econômica. **Associe-se ao Idec e faça parte dessa luta.**
www.idec.org.br



FÓRUM NACIONAL DAS ENTIDADES CIVIS
DE DEFESA DO CONSUMIDOR

O Fórum Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor – FNECDC – é uma instância de articulação das organizações sociais que atuam na defesa do consumidor no Brasil. Foi criado para fortalecer o movimento dos consumidores no País. Busca ser um efetivo espaço de articulação, troca de informações, apoio e ação conjunta, dentro de uma perspectiva de manutenção da pluralidade do movimento.
www.forumdoconsumidor.org.br