

# ***A POLÍTICA PÚBLICA NACIONAL DE CONSUMO E O PLANO NACIONAL DE CONSUMO E CIDADANIA***

## ***THE PUBLIC POLICY NATIONAL CONSUMER AND THE NATIONAL CONSUMER AND CITIZENSHIP***

*Adriano Fábio Cordeiro da Silva*

### **RESUMO**

Este artigo versa sobre a Política Pública Nacional das Relações de Consumo. Aborda o Plano Nacional de Consumo e Cidadania - PLANDEC e analisa os decretos presidenciais 7.962, 7.963 e 7.986, todos editados em 2013, que diretamente se relacionam aos direitos e deveres do cidadão consumidor ou fornecedor, especialmente, quando da contratação de produtos ou serviços pelo meio eletrônico. Analisa-se as novas estruturas administrativas advindas do PLANDEC, a exemplo da criação da Câmara Nacional das Relações de Consumo, que determina e regulamenta a criação do Conselho de Ministros e do Observatório Nacional das Relações de Consumo, todos com o objetivo de promover a melhoria e eficácia dos direitos dos consumidores e de mitigar os conflitos nas relações jurídicas de consumo, especialmente as virtuais, materializando-se na nova legislação pátria em vigor, a preocupação estatal ao optar pela regulamentação ante a anomia jurídica que permeava as relações eletrônicas de consumo.

**Palavras-Chave:** Política Pública; Relação de Consumo; Regulamentação; Comércio Eletrônico.

### **ABSTRACT**

This article is about the National Public Policy for Consumer Relations. Addresses the National Plan Consumption and Citizenship - PLANDEC and analyzes the presidential decree 7,962, 7,963 and 7,986, all published in 2013, which directly relate to the rights and duties of the citizen consumer or supplier, especially when contracting electronic and products services ways. The new administrative structures arising are realized from PLANDEC, such as the National Board for Consumer Relations creation's, which determines and regulates the creation of the Council of Ministers and the National Centre for Consumer Relations, all with targets of promoting the improvement and effectiveness of consumer rights and mitigate \_ conflicts in the legal consumption relation's , especially virtuals, materializing in their new homeland legislation, state concern by retaining the legal rules against lawlessness that pervaded the electronic consumer relations.

**Keywords:** Public Policy; Consumption Ratio; regulations; Electronic Commerce.

## **1. Introdução**

Há no universo jurídico pátrio novas regulamentações que interferem decisivamente no sistema protetivo ao consumidor. As relações jurídicas de consumo, inclusive as provenientes dos meios eletrônicos, passam a contar com regulamentações advindas de decretos que fortemente interferem nas políticas públicas nacionais, em especial na Política Nacional das Relações de Consumo.

A regulamentação contida no decreto 7.962/2013, que dispõe sobre comércio eletrônico afastou a anomia jurídica anteriormente existente no que concerne a este meio de aquisição de produtos e serviços. O decreto 7.963/2013 instituiu o Plano Nacional de Consumo e Cidadania, mas lança dúvidas quanto a sua futura efetividade.

Estariam estas regulamentações por decreto realmente contribuindo com avanços efetivos para a consecução dos objetivos da Política Pública Nacional das Relações de Consumo?

Procuraremos discutir e elucidar textos legais recentes que falam e determinam a implementação de planos políticos e de ação administrativa que mexem com diversas estruturas e instâncias governamentais.

Existem novos recursos financeiros ou orçamentos previstos para implementação desta política de estado?

Deve ser promovida a integração da Política Nacional de Consumo com as demais políticas públicas nacionais?

Trataremos assim, destes instigantes temas, buscando elucidar conceitos e temas pertinentes ao direito humano de consumir num ambiente legal que lhe proporcione segurança jurídica, econômica e social, garantindo-se a sociedade a participação efetiva no monitoramento, na criação e na definição dos recursos públicos necessários a efetivação da Política Pública Nacional das Relações de Consumo e do Plano Nacional de Consumo e Cidadania.

## **2. As Políticas Públicas e o Plano Nacional de Consumo e Cidadania**

### **2.1 O que é Política Pública**

As políticas públicas revelam os limites e meios disponíveis ao Estado, quando de sua atuação precípua, que visem harmonizar interesses políticos e direitos sociais mais relevantes.

Indispensáveis ao Estado Social, é através da sua atividade prestacional à sociedade, que este tipo de Estado materializa seus esforços na busca da consecução democrática dos fins preconizados pelas políticas públicas, o que em si, demonstra-nos um conjunto de prioridades, legitimamente acatadas e aceitas por sua coletividade, sendo representativo do arcabouço axiológico e valorativo de um povo e do seu respectivo governo.

A matriz dos Estados Sociais está alicerçada nos textos Constitucionais. A Constituição Federal Brasileira de 1988 reconhece dentre os direitos fundamentais, o direito ao consumo e em especial protege a defesa do consumidor. Trata-se, também, de um Estado Democrático inclinado constitucionalmente ao respeito aos direitos individuais e sociais. Um Estado que reconhece em sua Carta Magna a defesa do consumidor como um direito fundamental, direito este, reconhecido, inclusive, como cláusula pétrea. Daí porque, temos que indiscutivelmente reconhecer, a prolatada constitucionalização dos direitos dos consumidores.

A formulação das políticas públicas conta com múltiplos atores que podem integrar os diversos poderes da república. Há escritores que reforçam o significado das políticas públicas, dizendo que estas seriam compostas, inclusive, das ações legitimadas dos integrantes desses poderes. As ações administrativas destas autoridades já se constituiriam em si, como reflexos definidores das políticas públicas e das respectivas diretrizes e resultados políticos, econômicos e sociais a perseguir e alcançar.

Exige-se como legitimidade e validade legal, a participação social na formulação, acompanhamento e avaliação das políticas públicas. Preconiza-se, inclusive, que seja assegurado a efetiva participação social nos diversos momentos da sua concepção, formulação, execução e avaliação, sendo assegurado estes direitos democráticos e participativos nas próprias leis que as instituem. Daí falar-se em cidadania ativa, a exemplo do que dispõe o Plano Nacional de Consumo e Cidadania - PLANDEC.

A Lei da Transparência, Lei Complementar n.º 131, de 27 de maio de 2009, acrescenta dispositivos à Lei Complementar n.º 101, de 4 de maio de 2000, e estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, que quanto à participação da sociedade, assim determina:

*Art. 1º - O art. 48 da Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, passa a vigorar com a seguinte redação:*

*“Art. 48. ....*

*Parágrafo único. A transparência será assegurada também mediante:*

*I – incentivo à participação popular e realização de audiências públicas, durante os processos de elaboração e discussão dos planos, lei de diretrizes orçamentárias e orçamentos;*

*II – liberação ao pleno conhecimento e acompanhamento da sociedade, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira, em meios eletrônicos de acesso público;*

Pelo exposto no texto legal citado, depreende-se que de acordo com a Lei da Transparência, todos os poderes públicos da República Federativa do Brasil, em quaisquer que sejam suas esferas de atuação ou níveis da administração pública, estão jungidos e coobrigados a garantir e assegurar a participação popular. Esta, a participação popular, conseqüentemente, não é mais uma prerrogativa, uma discricionariedade ou mera preferência político-administrativa dos gestores ou das autoridades, mas sim e antes de tudo, uma determinação obrigacional ao Estado, e um direito assegurado a população e a sociedade de um modo geral.

Desta forma, as políticas públicas devem ser previamente constituídas por mecanismos e instrumentos de planejamento, assim como as etapas de sua implementação, execução, monitoramento e avaliação de resultados.

O encadeamento lógico da formulação e implantação das políticas públicas - se dá de forma integrada e deve preferencialmente obedecer a seguinte seqüência: 1 – Planos; 2 – Programas; 3 – Projetos; 4 – Ações; e 5 – Atividades.

Os Planos determinam diretrizes, estabelecem prioridades e objetivos gerais a serem perseguidos e alcançados pelos governos e sociedade em espaços temporais relativamente longos, cujo sentido é a exposição das metas prioritárias. Já os programas são considerados como a setorialização dos planos, criam objetivos gerais e específicos de forma mais pontual e condizentes a um interesse público ou área geográfica. O projeto sintetiza, previamente, as ações técnicas a serem implementadas, objetivando a execução e resultados definidos nos programas e nas políticas públicas. As ações buscam alcançar determinado objetivo estabelecido pelos programas, enquanto as atividades almejam, especificadamente, que as ações se concretizem.

## **2.2 Política Nacional das Relações de Consumo – PNRC**

Dentre as atividades precípua do Estado está a de interferir nas relações do consumo de forma a harmonizar os interesses envolvidos entre fornecedores e consumidores, objetivando

incentivar a economia e a satisfação das necessidades dos consumidores, respeitando a dignidade que lhes é ínsita, tudo conforme determina o texto constitucional de 1988.

A sociedade de consumo brasileira é regulamentada pelo diploma legal intitulado Código de Defesa de Consumidor – CDC – Lei 8.078/1990. Seu próprio nome já contempla seu maior desígnio, qual seja, a defesa do consumidor, como sujeito de direitos presumivelmente vulnerável ou hipossuficiente face a um fornecedor caracterizado pela busca do lucro, mas envolvido pelo risco da sua atividade empresarial. Entretanto, a ordem econômica, também por determinação constitucional, reconhece que tanto os consumidores como os fornecedores, pautados pelas regras do livre mercado de consumo, são sujeitos indispensáveis ao desenvolvimento da ordem econômica e social de qualquer país do mundo capitalista e globalizado.

Trata-se de um mundo que, por causa da cibernética, das tecnologias de ponta vive à velocidade do imediato, um mundo em que a velocidade se confunde com o imediato em espaços sem interstícios. A ubiquidade, a simultaneidade aí é lei.<sup>1</sup>

As políticas públicas, em especial as direcionadas a regulamentação do consumo, são características das sociedades modernas e de produção em escala e de aquisições em massa. A interferência estatal nestes tipos de sociedades forçam a criação de novas políticas públicas, o disciplinamento e regulamentações que fluidifiquem e estimulem o equilíbrio jurídico, social e econômico nas relações entre o estado, o fornecedor e o consumidor.

Esta atividade reguladora estatal, materializou-se no Brasil, através da Política Nacional das Relações de Consumo. Política pública instituída pela força de normas de cunho social e público, portanto, presumivelmente inafastável pelas tratativas entre partes envolvidas nas relações de consumo. Constituiu ra, tal política, criada e instituída desde o lançamento do Código Defesa do Consumidor, especificamente no seu capítulo II, que trata em seu texto da referida política pública, a saber:

Art. 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, atendidos os seguintes princípios:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:

- a) por iniciativa direta;
- b) por incentivos à criação e desenvolvimento de associações representativas;
- c) pela presença do Estado no mercado de consumo;
- d) pela garantia dos produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho.

III - harmonização dos interesses dos participantes das relações de consumo e compatibilização da proteção do consumidor com a necessidade de desenvolvimento econômico e tecnológico, de modo a viabilizar os princípios nos quais se funda a ordem econômica (art. 170, da Constituição Federal), sempre com base na boa-fé e equilíbrio nas relações entre consumidores e fornecedores;

IV - educação e informação de fornecedores e consumidores, quanto aos seus direitos e deveres, com vistas à melhoria do mercado de consumo;

V - incentivo à criação pelos fornecedores de meios eficientes de controle de qualidade e segurança de produtos e serviços, assim como de mecanismos alternativos de solução de conflitos de consumo;

VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e utilização indevida de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores;

VII - racionalização e melhoria dos serviços públicos;

VIII - estudo constante das modificações do mercado de consumo.

Art. 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.

Ao se analisar os artigos citados, que compõem o texto legal contido no CDC, ambos pertinentes a Política Pública da promoção e regulamentação das relações de consumo, logo observamos sua imbricada relação com o texto constitucional especificamente no que tange ao princípio da livre iniciativa econômica, estabelecido no *caput* do artigo 170, que somado as demais previsões constitucionais inseridas no CDC, interferem sistemicamente na criação e implantação de políticas públicas voltadas ao fomento a promoção do consumo de forma sustentável. É neste ambiente de transformação que o reconhecimento constitucional da defesa do consumidor ocorre, e, portanto, dotado de natureza principiológica. Ademais a tipologia contratual, na qual são inseridas as relações de consumo, fomenta a adesão às condições gerais dos contratos, os quais são padronizados e previamente predispostos. É uma configuração contratual destinada a atender as exigências do mercado, de maneira a atingir o maior

contingente de pessoas em espaços de tempo reduzidos, características próprias de uma sociedade de massificada e globalizada.<sup>2</sup>

Para tanto, devemos ter um olhar técnico generalista e integrador quanto as políticas públicas, entendendo-se, previamente, que para a implementação, regulação e execução de qualquer política pública nacional, desejável e esperado será, que a mesma seja pertinente a um conjunto formado por outras políticas públicas nacionais que lhe são igualmente integradoras dos seus respectivos planos, programas, projetos, diretrizes, princípios, atividades, ações, objetivos e metas.

A integração aqui esperada, coaduna-se com o fito de se promover através das política públicas, um conjunto de prioridades eleitas pela sociedade e assim se efetivar a promoção do bem comum onde tais políticas públicas se perfaçam.

Daí o entendimento do autor Eduardo C. B. Bittar<sup>3</sup> que há muito falou da sistematicidade inerente à Política Nacional das Relações de Consumo preconizada pelo CDC. Refere-se o autor a necessidade singular do prévio entendimento ideológico inserido na Política Pública Nacional de Consumo, que inegavelmente influência e deve ser influenciadora das demais políticas públicas nacionais com que tenha sintonia, dentre várias cito: a) política nacional de desenvolvimento; b) política nacional de educação; c) política nacional de incentivo ao respeito dos direitos fundamentais; d) política nacional da cultura empresarial e consumerista; e) política nacional de estudos, informação e divulgação de dados do setor; f) política nacional de fiscalização e efetivação de direitos neste setor.”

A complexidade inerente a sociedade de consumo e da informação, exige dos estados cada vez mais preocupação legislativa para regulamentação dos conflitos jurídicos, econômicos e sociais. Não mais se trata neste momento de se discutir a inegável assimetria de informações entre o consumidor e o fornecedor, este entendimento parece consolidado nos textos legais. Hoje, novos conflitos reverberam e tangenciam não a um mundo exclusivamente real. Agora, a existência e as relações de consumo familiarizaram-se com a nova realidade virtual. O consumo virtual exige ainda mais conhecimento técnico e aprimoramento das políticas públicas. Seus maiores desafios se estabelecem numa orbita onde o conhecimento e a informação se multiplicam velozmente. O Estado se vê exigido a responder com novas regulamentações que assegurem a eficácia dos mesmos direitos já reconhecidos nos seus textos legais.

Recentemente, a Presidência da República do Brasil publicou decretos que visam disciplinar o comércio eletrônico, e portanto, influenciam a nova economia, a economia virtual.

Neste momento, viu-se vencida a corrente jurídica de pensadores que propugnava pela não regulamentação do comércio eletrônico, face a existência de legislações que lhe são anteriores, mas que foram concebidas, em sua maioria, num tempo em que a internet e os demais meios telemáticos sequer existiam. Os Decretos Federais da Presidência da República nº 7.962 e 7963 de 15 de março 2013 passaram, recentemente, a integrar a Política Nacional de Proteção e Defesa do Consumidor. O primeiro deles, O Decreto 7.962 de 2013 trata de regulamentar o Código de Defesa do Consumidor no que concerne a Contratação via Comercio Eletrônico, garantindo informações claras a respeito de quem vende e do que está sendo comercializado virtualmente, obriga a criação de *chat* de atendimento ao consumidor, como também designa procedimentos objetivos e direcionados ao real e efetivo exercício do direito de arrependimento pelo consumidor.

Já o Decreto 7.963 de 2013, cria o Plano Nacional de Consumo e Cidadania e estabelece a imediata criação da Câmara das Relações de Consumo e do Observatório Nacional das Relações de Consumo.

### **2.3 Plano Nacional de Consumo e Cidadania – PLANDEC**

O decreto 7.963, publicado em 15 de março de 2013, instituiu o PLANDEC - Plano Nacional de Consumo e Cidadania, que em seus dezessete artigos trata de estabelecer formas e meios que busquem e promovam a articulação e integração das práticas e ações da Política Nacional de Defesa do Consumidor. Este desafio integrador da política pública, segundo o texto do decreto, deve ser parceirizado e compartilhado com a sociedade, sendo executado pela União em colaboração com Estados, Distrito Federal e Municípios.

Observa-se que a sociedade cidadã não foi preterida no momento da execução do PLANDEC, pois entende-se que a cidadania é naturalmente formada pelo conjunto de direitos e deveres ao qual um indivíduo está sujeito em relação à sociedade em que convive. Pode também, ser entendida como o exercício dos direitos e deveres civis, políticos e sociais estabelecidos na constituição e demais textos legais em vigor. Por outro lado, o consumo é sumariamente entendido como a fruição de bens e serviços pelos indivíduos, empresas e governos.

Os bens, em todas as culturas, funcionam como manifestação concreta de valores e da posição social de seus usuários. Na atividade de consumo se desenvolvem as identidades sociais e sentimentos que pertencemos a um grupo e que fazemos parte de redes sociais. O consumo envolve coesão social, produção e reprodução de valores.



Desta forma não é uma atividade neutra, individual e despolitizada, ao contrário, trata-se de uma atividade que envolve a tomada de decisões políticas e morais praticamente todos os dias. Quando consumimos, de certa forma manifestamos a forma como vemos o mundo. Há, portanto, uma conexão entre valores éticos, escolhas políticas, visões sobre a natureza e comportamentos relacionados às atividades de consumo.<sup>4</sup>

Sete são as diretrizes estabelecidas no PLANDEC: i) educação para o consumo; ii) adequada e eficaz prestação dos serviços públicos; iii) garantia do acesso do consumidor à justiça; iv) garantia de produtos e serviços com padrões adequados de qualidade, segurança, durabilidade e desempenho; v) fortalecimento da participação social na defesa dos consumidores; vi) prevenção e repressão de condutas que violem direitos do consumidor; e vii) autodeterminação, privacidade, confidencialidade e segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, inclusive por meio eletrônico.

Por certo a seis primeira destas diretrizes já se constituem como direitos reconhecidos pelo ordenamento pátrio protetivo do consumidor, porquanto já integram o disciplinamento em vigor e inerente a regulamentação das relações de consumo. Entretanto, a sétima diretriz incorpora os efeitos legais enunciados no decreto 7.962 que regulamenta o comércio eletrônico e estabelece a proteção específica já deferida ao consumidor, mas agora literalmente expressa no ordenamento, indicando que a segurança, privacidade, confidencialidade das informações dos consumidores passam a exigir mais cuidado efetivo por parte dos integrantes das relações de consumo.

É fato incontestável que no mundo atual, por mais que se queiram rejeitar os avanços tecnológicos, nossa vida encontra-se submetida a toda base instituída para a caracterização de exposição potencial da nossa intimidade e vida privada a todos aqueles que, sem razão plausível ou direcionadas a necessidade pública, dela queiram conhecer. Nesse aspecto, qualquer âmbito que se possa imaginar não se pode ignorar que de alguma forma nosso viver diário necessariamente passará pela interferência do mundo virtual, seja quando simplesmente acessamos o computador para obter o extrato bancário, seja quando enviamos nossa declaração de imposto de renda via “Internet”, ou mesmo quando adquirimos um produto por meio de cartão de crédito cuja pesquisa que é submetida pelo acesso de dados demonstre se o consumidor está habilitado a conferir suficiente credibilidade na praça, envolvendo sua reputação creditícia.<sup>5</sup>

Logo a seguir, o artigo 3º do decreto 7.963 de 2013, enumera os seis objetivos do PLANDEC, que são sintônicos, congruentes e correlatos aos objetivos já há muitos previstos na Política Nacional das Relações de Consumo, quais sejam:

- i) garantir o atendimento das necessidades dos consumidores;
- ii) assegurar o respeito à dignidade, saúde e segurança do consumidor;

- iii) estimular a melhoria da qualidade de produtos e serviços colocados no mercado de consumo;
- iv) assegurar a prevenção e a repressão de condutas que violem direitos do consumidor;
- v) promover o acesso a padrões de produção e consumo sustentáveis; e
- vi) promover a transparência e harmonia das relações de consumo.

São três os eixos operacionais do PLANDEC, e todos se subdividem ações e políticas a serem implementadas, visando sua real e efetiva consecução em: I - prevenção e redução de conflitos; II - regulação e fiscalização; e III - fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

Destaca-se no primeiro eixo, o da prevenção e redução de conflitos

I - aprimoramento dos procedimentos de atendimento ao consumidor no pós-venda de produtos e serviços;

II - criação de indicadores e índices de qualidade das relações de consumo; e

III - promoção da educação para o consumo, incluída a qualificação e capacitação profissional em defesa do consumidor.

Destaca-se no segundo eixo, o da regulação e fiscalização

I - instituição de avaliação de impacto regulatório sob a perspectiva dos direitos do consumidor;

II - promoção da inclusão, nos contratos de concessão de serviços públicos, de mecanismos de garantia dos direitos do consumidor;

III - ampliação e aperfeiçoamento dos processos fiscalizatórios quanto à efetivação de direitos do consumidor;

IV - garantia de autodeterminação, privacidade, confidencialidade e segurança das informações e dados pessoais prestados ou coletados, inclusive por meio eletrônico;

V - garantia da efetividade da execução das multas; e

VI - implementação de outras medidas sancionatórias relativas à regulação de serviços.

Destaca-se no terceiro eixo, o da fortalecimento do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor.

I - estímulo à interiorização e ampliação do atendimento ao consumidor, por meio de parcerias com Estados e Municípios;

II - promoção da participação social junto ao Sistema Nacional de Defesa do Consumidor; e

III - fortalecimento da atuação dos Procons na proteção dos direitos dos consumidores.

Para a operacionalização do PLANDEC, o texto do decreto estimula, em consonância com a legislação em vigor, a formulação de diversos instrumentos legais e administrativos, com vistas a dinamizar as parcerias preconizadas entre a sociedade e os entes federados. Dentre os instrumentos normativos, podem ser celebrados convênios, firmados acordos de cooperação, planos de ajustes que envolvam livremente os municípios, estados e a união, sem entretanto, esquecermo-nos da liberdade conferida para a celebração destes instrumentos com as instituições integrantes da sociedade civil organizada.

As fontes e dotações orçamentárias serão suportados pela União, com recursos advindos dos órgãos administrativos participantes do PLANDEC, e por recursos orçamentários dos demais entes federados e das entidades públicas envolvidas. O que rapidamente se observa é que as intenções declinadas no decreto não estão acompanhadas de novas fontes ou de recursos financeiros e orçamentários direcionados especificadamente para os fins e eixos que o mesmo promove.

O que si quer dizer é que as políticas públicas são criadas e implementadas para facilitar e possibilitar o cumprimento do dever do Estado de garantir todos os direitos fundamentais, em especial os direitos sociais previstos na Constituição Federal. Mas, no campo da realidade, tem-se a clara constatação de impossibilidade orçamentária e física da administração em fazer cumprir com tais políticas de forma integral para todos.<sup>6</sup>

O decreto também fomenta através do PLANDEC o Acesso à Justiça, e para tanto, o mesmo preconiza colaboração e cooperação efetiva entre os Ministérios da Justiça, o Conselho Nacional de Justiça – CNJ, as entidades integrantes do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC, o Conselho Nacional do Ministério Público – CNMP, o Fórum Nacional de Juizados Especiais – FONAJE e do Conselho Nacional de Defensores Públicos Gerais - CONDEGE. Portanto, o PLANDEC estimulará a integração das políticas públicas correlatas a proteção e defesa do consumidor, aproximando-as das políticas pertinentes ao Sistema de Justiça. Por óbvio, o que se objetiva aqui é minimização dos conflitos provenientes das relações de consumo, bem como a efetividade do sistema punitivo que a muito deixa a desejar no tocante ao recebimento eficaz das multas aplicadas aos transgressores.

Art. 9º Fica criada a Câmara Nacional das Relações de Consumo, no Conselho de Governo de que trata o art. 7º da Lei no 10.683, de 28 de maio de 2003, com as seguintes instâncias para a gestão do Plano Nacional de Consumo e Cidadania:

I - Conselho de Ministros; e

II - Observatório Nacional das Relações de Consumo.

O PLANDEC estabeleceu que concerne ao Conselho de Ministros da Câmara Nacional das Relações de Consumo composto pelos, Ministro de Estado da Justiça; Ministro de Estado da Fazenda; Ministro de Estado do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Ministra de Estado do Planejamento, Orçamento e Gestão; Ministra Chefe da Casa Civil da Presidência da República ao consumidor, a elaboração da esperada lista de produtos essenciais ao consumidor.

Para seu funcionamento, este Conselho de Ministros poderá indicar seus respectivos suplentes, e convidar para suas reuniões, outros representantes dos diversos órgãos da administração pública federal, dos Estados, Distrito Federal e Municípios, bem como de instituições privadas, além de poder criar comitês técnicos e propositivos no tocante aos temas albergados e defendidos pelo PLANDEC.

A lista de produtos essenciais ao consumidor, mesmo preconizada e determinada pelos texto legal contido no Código de Defesa do Consumidor que data de 1990, nunca fora elucidada, nem legislada, nem determinada, por quem lhe competia.

Espera-se que em breve a lista de produtos essenciais elaborada pela SENACON – Secretaria Nacional do Consumidor, que fez diversas reuniões, encontros e debates públicos com os diversos setores da economia, especialmente fornecedores e diversos fabricantes seja, mais uma vez por decreto presidencial, enfim definida e passe a vigorar, dirimindo objetivamente as dúvidas no tocante a essencialidade do produto para o consumidor e trazendo mais transparência para os integrantes ou para os envolvidos nos litígios provenientes das relações de consumo.

A transparência nas relações de consumo é fortemente estimulada através do PLANDEC, entretanto o Decreto nº 7.963, de 15 de março de 2013 que tinha a seguinte redação no seu artigo 16:

Art. 16. O Conselho de Ministros da Câmara Nacional das Relações de Consumo elaborará proposta de regulamentação do § 3º do art. 18 da Lei no 8.078, de 1990, para especificar produtos de consumo considerados essenciais e dispor sobre procedimentos para uso imediato das alternativas previstas no § 1º do art. 18 da

referida Lei, no prazo de trinta dias da data de publicação deste Decreto. (Decreto nº 7.963, de 15 de março de 2013)

Mas, um mês depois um novo decreto presidencial nº 7.986, de 15 de abril de 2013 altera sutilmente a redação do artigo 16 do decreto que institui o PLANDEC. A nova redação em vigor, concede agora prazo indeterminado para que a lista de produtos essenciais ao consumidor seja objetivamente definida, divulgada e entre em vigor. O decreto 7.986 assim dispôs

**Art. 16.** O Conselho de Ministros da Câmara Nacional das Relações de Consumo elaborará, em prazo definido por seus membros e formalizado em ato do Ministro de Estado da Justiça, proposta de regulamentação do § 3º do art. 18 da Lei nº 8.078, de 1990, para especificar produtos de consumo considerados essenciais e dispor sobre procedimentos para uso imediato das alternativas previstas no § 1º do art. 18 da referida Lei. (NR)

As instituições de defesa do consumidor veem justificando a demora governamental na elaboração da lista de produtos essenciais ao consumidor em virtude de excessivo cuidado com suas repercussões econômicas junto aos fornecedores, cujas trocas, em caso de vícios, passa a ser prioritária, devendo concluir-se e realizar-se imediatamente pelos fornecedores logo após a efetiva manifestação dos vícios e sua respectiva comunicação pelos consumidores.

O PLANDEC se propõe a contribuir com as mudanças políticas necessárias para a melhoria da proteção do consumidor enquanto efetiva política de Estado. Este Plano de ação política reafirma a prioridade ao direito à informação pelo consumidor e insiste na elevação da qualidade de atendimento aos consumidores, bem como na melhoria qualitativa dos produtos e serviços, incentivando o desenvolvimento do mercado de consumo.

O PLANDEC traz ainda a criação do Observatório Nacional das Relações de Consumo que tem na sua constituição representantes de diversos órgãos administrativos e políticos, mas sua competência e objetivos precípuos são:

Art. 11 ...

I - promover estudos e formular propostas para consecução dos objetivos do Plano Nacional de Consumo e Cidadania; e

II - acompanhar a execução das políticas, programas e ações do Plano Nacional de Consumo e Cidadania

Para elaboração dos estudos e acompanhamento das políticas do PLANDEC, o Observatório Nacional Das Relações de Consumo, poderá instituir diversos comitês técnicos,

mas no próprio decreto já se enumeram três comitês técnicos, cujos objetivos e seus respectivos integrantes serão agora discriminados:

**1. Comitê Técnico de Consumo e Regulação:** Construir e implementar medidas de redução de conflitos nos serviços regulados. (MJ, MF, MC, MME, MS, SAC, ANATEL, ANEEL, ANS, ANAC, BACEN)

**2. Comitê Técnico de Consumo e Turismo:** Estabelecer ações que aprimorem os serviços envolvidos no atendimento ao consumidor turista nacional e estrangeiro com ênfase nos grandes eventos. (MJ, MTUR, SAC, MS, MT, EMBRATUR, INFRAERO, ANAC, ANVISA, ANTT)

**3. Comitê Técnico de Consumo e Pós-venda:** Aprimorar os procedimentos de atendimento ao consumidor no pós-venda de produtos e serviços e criar indicadores de qualidade das relações de consumo. (MJ, MF, MEC, MMA, MDIC, INMETRO)

Frise-se, entretanto, que embora considerada prestação de serviço público relevante, a participação nas instâncias colegiadas que compõem o PLANDEC não prevê remuneração para seus integrantes. Portanto, os integrantes do Comitê

### **3. Considerações Finais**

Os decretos presidenciais emitidos em matéria consumerista durante ano de 2013 foram decisivos no que concerne a posição estatal frente a regulamentação do comércio eletrônico e tem repercutido nas políticas públicas, em especial na Política Nacional das Relações de Consumo.

Os decretos 7.962, 7.963 e 7.986, todos de 2013, foram a forma legislativa escolhida pela Presidência da República para implementar novas regulamentações e políticas concernentes ao mercado de consumidores globalizado e virtual. Entretanto, a regulamentação por decreto pareça não ser o caminho político mais democrático e eficaz no estabelecimento de políticas públicas.

Permanecem velhas controvérsias quanto a designação oficial da lista de produtos essenciais ao consumidor. Esta definição vem sendo procrastinada desde a edição do Código de Defesa do Consumidor em 1990. Espera-se que com sua definição, também seja vencido as dúvidas quanto aos ônus que esta lista impingirá aos integrantes da relação de consumo. Quer sejam eles fornecedores ou consumidores.

As mudanças efetivas preconizadas pelos decretos analisados, em verdade pouco agregaram de visível contribuição ao sistema de defesa do consumidor. Afora dos discursos políticos, o mercado de consumo, especialmente o virtual ou eletrônico, ainda permanecerá por longo tempo a desafiar a capacidade de regulamentação do estado brasileiro, pois as mudanças provenientes do mundo virtual sempre serão mais dinâmicas que a celeridade do Estado Nacional ao produzir Políticas Públicas e regulamentações eficientes e eficazes face a multiplicidade da ordem econômica.

Permanecem as expectativas face ao estágio tecnológico e suas frequentes mutações que cada vez mais vulnerabilizam as informações, a intimidade e a privacidade dos consumidores, principalmente os que optam pelo meio virtual para a aquisição de produtos e serviços. Este continuará sendo um dos maiores desafios dos à segurança jurídica dos partícipes das relações de consumo.

#### **4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

BARBIERI, Diovana. **A Proteção do Consumidor no Comércio Eletrônico: Estudo comparado à luz dos ordenamentos jurídicos Brasileiro e Português.** Curitiba: Juruá, 2013.

EFING, Antônio Carlos. FREITAS, Cinthia Obladen de Almendra. **Direito e Questões Tecnológicas Aplicados no Desenvolvimento Social.** 2ª Edição. Curitiba: Juruá Editora, 2012.

\_\_\_\_\_. **Fundamentos do Direito das Relações de Consumo - Consumo e Sustentabilidade.** 3ª Edição. Curitiba: Juruá Editora, 2011.

\_\_\_\_\_. **Direito do Consumo.** 3ª Edição. Curitiba: Juruá Editora, 2005.

PAMPLONA, Danielle Anne. **Políticas Públicas: elementos para alcance do Desenvolvimento Sustentável.** Curitiba: Juruá, 2012.

LIBERATI, Wilson Donizete. **Políticas Públicas no Estado Constitucional.** São Paulo: Editora Altas, 2013.

LUCCA, Newton de e Simão Filho. **Direito & internet – aspectos jurídicos relevantes.** São Paulo: Quartier Latin, 2ª edição, 2005.

MATOS, Ana Carla Harmatur (org.). **A construção dos novos direitos.** Porto Alegre: Núria Fabris, Ed., 2008.

WEBER, Ricardo Henrique. **Defesa do Consumidor: o direito fundamental nas relações privadas**. Curitiba: Juruá, 2013.

## Notas de Fim

---

<sup>1</sup> FORRESTER, Viviane. **Horror econômico**. Trad. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista. 1997. P. 126.

<sup>2</sup> MATOS, Ana Carla Harmatur (org.). A construção dos novos direitos. Porto Alegre: Núria Fabris, Ed., 2008. P. 52.

<sup>3</sup> BITTAR, Eduardo C. B. **Direitos do consumidor e direitos da personalidade: limites, intersecções, relações**. *Revista de Direito do Consumidor* [do Instituto Brasileiro de Política e Direito do Consumidor]. São Paulo: Revista dos Tribunais, n.º 37, janeiro/março, 2001. p. 203.

<sup>4</sup> Ministério do Meio Ambiente. Cartilha: **Cidadania e Consumo Sustentável**. P. 2. Disponível em: [http://www.mma.gov.br/estruturas/secex\\_consumo/\\_arquivos/2%20-%20mcs\\_cidadania.pdf](http://www.mma.gov.br/estruturas/secex_consumo/_arquivos/2%20-%20mcs_cidadania.pdf). Acesso em 20/06/2014.

<sup>5</sup> LUCCA, Newton de e Simão Filho. **Direito & internet – aspectos jurídicos relevantes**. São Paulo: Quartier Latin, 2ª edição, 2005. P. 184.

<sup>6</sup> PAMPLONA, Danielle Anne. **Políticas Públicas: elementos para alcance do Desenvolvimento Sustentável**. Curitiba: Juruá, 2012. P. 128