

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 3.432, DE 2004

“Dispõe sobre o atendimento pessoal ao consumidor nas empresas que oferecem atendimento por telefone, internet ou outro meio similar”.

Autor: Deputado Welinton Fagundes

Relator: Deputado Pastor Pedro Ribeiro.

I- Relatório:

O Projeto de Lei, de autoria do Deputado Welinton Fagundes, tem por objetivo estabelecer a obrigatoriedade de atendimento pessoal ao consumidor pelas empresas, mesmo que mantenham o relacionamento com seus clientes através de outros serviços, tais como, telefone internet e modalidades outras de serviço automatizado.

Justifica o Autor da proposta, afirmando que “várias empresas se utilizam desses serviços automatizados como subterfúgio para suspender o atendimento pessoal ao consumidor”.

Reafirma, ainda, o Autor que “um dos inconvenientes de imposição do serviço automatizado telefônico é, justamente, a dispensa de funcionários. Com esta atitude, as empresas, ao invés de abrirem novas frentes de trabalho, contribuem para o crescimento do número de pessoas desempregadas”.

O Projeto foi distribuído à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania para emitir parecer quanto à constitucionalidade e juridicidade da matéria e à Comissão de Defesa do Consumidor para exame do mérito, em conformidade com o disposto no art. 32, inciso V, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

II- Voto do Relator:

O sistema denominado Call Center, consistente num serviço de atendimento virtual, realizado via telefone ou internet, está cada vez mais disseminado nas empresas públicas e privadas como mecanismo de recebimento e registro de reclamações e de encaminhamento de solicitações.

Ocorre que esta modalidade de interação com os consumidores vem causando sérios problemas, dos quais, salientamos alguns:

- demora no atendimento: o usuário permanece, por longo tempo, ouvindo um mix de música e propaganda, passando por diversos atendentes e nem sempre conseguindo respostas satisfatórias;
- os atendentes, na maioria dos casos, não dispõem das informações demandadas e a qualidade das informações deixa muito a desejar;
- exclusão de grande parcela da população que não tem intimidade com os serviços automatizados e nem com a internet. Muitos desses consumidores já são idosos e outros analfabetos e, portanto, pouco versados com as modernas tecnologias. O atendimento impessoal (internet, call center e outros) não levam em conta as condições pessoais do usuário consumidor;
- os usuários que demandam esses serviços ficam privados de meios comprobatórios de que as queixas foram feitas em tempo oportuno, não tendo, portanto, embasamento para reclamar possíveis danos decorrentes de omissões ou de inadequação de serviços prestados.

O resultado disso tudo é o recrudescimento do nível de insatisfação por parte dos usuários, medido pelo grande número de reclamações registradas nos PROCONs e em outros órgãos de defesa do consumidor.

Não desconhecemos que o modelo de atendimento automatizado traz vantagens: ganho de escala, uniformização, rapidez, redução de custo. Por outro lado, é inegável que ele vem lesando direitos básicos de consumidores, em especial o direito inalienável de acesso à informação. E, aqui, é pertinente ressaltar que o Código de Defesa do Consumidor consagrou, expressamente, o “direito à informação” como um dos princípios basilares do sistema de proteção, nas relações de consumo. E assim está expresso no inciso III do art. 6º do CDC:

“Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

.....

III- a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem”.

As relações de consumo devem ser, portanto, protegidas pelo amplo acesso à informação e esse acesso não pode, de forma alguma, onerar o consumidor que já paga pelos serviços que demanda ou pelos bens que adquire.

Sem esquecer a importância, nas empresas modernas, dos processos automatizados de interação com os seus clientes, reafirmamos, porém, a relevância

do “atendimento personalizado”. Através dessa modalidade de relacionamento, é possível se efetivar um verdadeiro comprometimento do atendente com as demandas do consumidor, ao vivenciar o seu comportamento e as condições que determinaram as suas reclamações ou as suas demandas. O atendimento pessoal manifesta, portanto, uma preocupação com o respeito ao consumidor.

A modernização do processo de atendimento ao consumidor, através da introdução de serviços automatizados, não pode se dar em detrimento dos direitos dos usuários. Os níveis de automação terão que ser devidamente dosados com um atendimento humanizado onde haja uma completa interação entre consumidor e atendente. Assim sendo, fechar os pontos de atendimento personalizado fere, frontalmente, o espírito do Código de Defesa do Consumidor.

Em face do exposto, votamos pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 3.432, de 2004.

Sala da Comissão, em de de 2004

Deputado PASTOR PEDRO RIBEIRO
Relator