Seminário acontece pela terceira vez na capital gaúcha

Representantes do mercado segurador, do Ministério Público, de órgãos de defesa do consumidor, entre outros, reuniram-se em 12 de março, em Porto Alegre, no 3º Seminário de Direitos e Deveres do Consumidor de Seguros, organizado pelo Instituto Nacional de Educação do Consumidor e do Cidadão (INEC), com apoio da CNseg e da Escola Nacional de Seguros.

O evento, que é parte das ações da 2ª Semana Nacional de Educação Financeira, contou, na mesa de abertura, com a presença da diretora-executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes; do diretor-executivo da Escola Nacional de Seguros, Renato Campos Martins Filho, e do presidente do INEC José Luiz da Silva.

Em seu discurso abrindo o Seminário, Solange justificou sua realização com o objetivo de celebrar os avanços alcançados pela sociedade civil e pelo setor de seguros desde a edição do Código de Defesa dos Consumidores (CDC), em 1990, além de debater propostas para o enfrentamento de desafios como, por exemplo, o da sustentabilidade da assistência à saúde. A diretora-executiva da CNseg lembrou, ainda, que a Confederação tem trabalhado com muito empenho na promoção da imagem do mercado segurador como um setor “comprometido com o fortalecimento da cidadania, ao realizar e apoiar ações que ajudam a população a tomar decisões mais autônomas e conscientes”. Trabalho que, de acordo com José Luiz da Silva, tem sido reconhecido, ao afirmar que a “CNseg é uma entidade que está à frente de outras na valorização e respeito no relacionamento com os consumidores”.

A realidade contemporânea da proteção do consumidor

O painel realizado logo em seguida, com o tema “Realidade contemporânea da proteção do consumidor”, foi mediado pela advogada Maria Stella Gregori, tendo como palestrantes o desembargador Francisco José Moesch e a juíza de direito Clarissa Costa de Lima, ambos do TJ-RS.

Em sua fala, Moesch também reconheceu a preocupação das seguradoras em estabelecer uma relação de harmonia com os consumidores e com o dever de informação. Informação que, segundo Maria Stella, está cada vez mais acessível aos consumidores que, apesar de sujeitos expressamente vulneráveis, estão cada vez mais atentos e conhecedores de seus direitos, por meio de multicanais.

Mas, como afirmou Clarissa Lima, apenas informação não basta, especialmente no caso dos consumidores superendividados, que podem ser levados a essa condição por causa de eventos imprevistos como morte na família ou perda de emprego.

A magistrada lembrou, entretanto, da importância da educação financeira, afirmando que alguns tribunais, como o do Distrito Federal, trazem, como pré-requisito para a realização de audiência de conciliação para repactuação das dívidas, a frequência em um curso de sobre o tema. Tema tão importante que o Projeto de Lei de nº 283, que tramita no Senado, visando ampliar o tratamento da questão do superendividamento no CDC, tem a questão da educação financeira entre um de seus eixos.

Por fim, Maria Stella Gregori resumiu o anseio dos presentes, que desejam ao Brasil um desenvolvimento economicamente viável, socialmente justo e ambientalmente sustentável.

25 anos de vigência do CDC – Conquistas e desafios para o futuro

A professora de direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Cláudia Lima Marques, especialista em Direito do Consumidor, apresentou o painel seguinte, que tratou dos 25 anos de vigência do CDC, suas conquistas e desafios para o futuro, afirmando que não basta fornecer a informação, mas é preciso qualificá-la. Como exemplo, citou a questão do seguro garantia

estendida, que sofre com a desinformação, levando alguns a crer que se trata de um produto problemático.

“No mundo atual, criar a confiança é reduzir a complexidade para os consumidores, atingindo, assim, um melhor diálogo com eles”, afirmou.

Ela disse, ainda, que é preciso abrir as portas do século XXI para o CDC, permitindo que o Código dure por, pelo menos, mais 25 anos. Para isso, conclamou a todos que apoiem a aprovação do PL nº 283, ajudar a consolidar suas raízes.

Como exemplo da desatualização do atual texto do Código de Defesa do Consumidor, lembrou que o mesmo não aborda o comércio eletrônico e a publicidade pela internet, sendo, em suas palavras, “quase uma vergonha nacional essa desatualização”.

O Sistema Nacional de Proteção ao Consumidor e a importância da educação financeira para o empoderamento do cidadão

Afirmando que o consumidor atual, do século XXI, não é, necessariamente, mais consciente que o dos anos 80 ou 90, mas possui mais poder, mais voz, utilizando todos os canais disponíveis para se manifestar, a secretária Nacional do Consumidor (Senacon), Juliana Pereira da Silva, ressaltou, em sua palestra, que hoje, a publicidade que mostra um mundo perfeito tem servido mais como desagregador que como agregador, já que o consumidor médio vive das próprias experiências, identificando e denunciando esse mundo irreal dos comerciais, que pode levar à insatisfação.

“Quando a experiência de consumo não é satisfatória, 90% dos consumidores procuram o mercado, por meio do SAC e de outros canais disponíveis, muitas vezes não encontrando, mais uma vez, o que foi prometido e, indignados, acessam todos os demais canais disponíveis para fazer valer seus direitos”.

Para a secretária do Senacom, é preciso que as empresas voltem às origens e reaprendam a lidar com gente. “Somos ótimos em softwares, mas deixamos, muitas vezes, o relacionamento com os clientes nas mãos de terceirizados e quarteirizados”.

Citando o setor de seguros, Juliana disse que, junto com a CNseg, uma de suas prioridades para 2015 é levar a educação financeira para o interior do Brasil, revelando, também, que está desenvolvendo, ainda para este ano, junto com a Susep e a Escola Nacional de Seguros, um curso de proteção ao consumidor de seguros.

Perspectivas sobre a sustentabilidade do setor de saúde suplementar

O painel realizado logo após o almoço tratou das perspectivas sobre a sustentabilidade do setor de saúde suplementar, contando com a participação do presidente da FenaSaúde, Marcio Coriolano, e da advogada e professora Angélica Carlini, tendo como mediador o presidente do Sindseg-RS, Júlio Cesar Rosa.

Carlini abriu o painel afirmando que a judicialização dos contratos privados começou a se intensificar a partir da década de 1990 e, particularmente, na área da saúde, a partir do início do século XXI, entre outras razões, pela luta da categoria médica pela exclusividade do direito de definir o que é doença e o que é saúde.

Para ela, o judiciário, com interferência cada vez maior na relação entre médicos, operadoras e pacientes, não possui, muitas vezes, conhecimentos técnicos adequados para tal, ainda mais quando a evolução tecnológica, como o uso de células tronco e terapias genéticas, por exemplo, leva a novas discussões. “É preciso encontrar outros canais, além do Judiciário, para a discussão das políticas de saúde”, afirmou.

Buscando contribuir com ideias para a discussão do problema, Carlini sugere a criação de comitês

de apoio técnico multidisciplinar ao judiciário, além de grupos de mediação em saúde para a construção de soluções em co-autoria entre as partes, onde todas possam ganhar.

Também preocupado em reduzir o número de conflitos e a necessidade de mediação na saúde suplementar, o presidente da FenaSaúde propõe uma revisão do Marco Regulatório da Saúde Suplementar e das políticas governamentais como forma de reduzir as disfunções existentes no sistema e enfrentar os problemas que se apresentam.

“Um dos principais desafios no mundo todo é o envelhecimento acelerado da população. No Brasil, em 20 anos, teremos, proporcionalmente, o dobro de idosos que a atualmente”. Isso, como lembrou Marcio, traz fortes impactos ao setor, que hoje já retorna à sociedade mais de 120 bilhões por ano em consultas, exames e tratamentos.

Como possível solução, apresenta o VGBL Saúde, tipo de plano de saúde em que parte da mensalidade seria destinada para a formação de uma poupança que ajudaria ao beneficiário a arcar com os custos do plano na velhice, quando este é tradicionalmente mais caro.

Outra iniciativa, largamente utilizada nos Estados Unidos, com significativos resultados na redução da inflação médica, é a da co-participação, onde o beneficiário, além da mensalidade, pagaria um pequeno valor no momento da utilização dos serviços de saúde, tornando-o solidário na preocupação com os custos médicos e com uso racional desses serviços utilizados.

Evidenciando uma distorção do sistema, Marcio ressaltou que o número de ressonâncias magnéticas por mil habitantes no Brasil é muito superior ao da Inglaterra e Canadá, por exemplo.

E esse distanciamento cada vez maior entre os custos da medicina e a capacidade de pagamento das famílias e das empresas que oferecem o benefício a seus funcionários é preocupante, necessitando, por parte do governo, de políticas específicas para a cadeia de valor da saúde, repensando o modelo de remuneração médica, que priorizaria a efetividade dos tratamentos, ao invés da quantidade, além de instituir critérios de efetividade e custo-benefício na incorporação de novos tratamentos e tecnologias no Rol de Procedimentos da ANS.

Os próximos 25 anos da defesa do consumidor – A era do consumo virtual

“Há muito que se avançar em termos de políticas de defesa do consumidor”, afirmou a diretora do PROCON-RS, Flávia do Canto, no painel que tratou dos 25 anos do CDC e da atual era do consumo virtual, e contou, também, com a participação do diretor do Instituto de Direito Público do Distrito Federal, Ricardo Morishita, e da advogada e representante da OAB-ER, Teresa Cristina Moesch.

Para Flávia, apesar dessa necessidade de avanços, a promulgação do CDC, há 25 anos, foi um grande avanço, já que, até então, havia apenas o Códico Civil de 1916, que não tratava o consumidor como vulnerável, nem vislumbrava uma política pública em sua defesa.

E enquanto a diretora do PROCON-RS ressaltava a importância da aplicação de sanções de efeitos pedagógicos ao mercado, que, segundo ela, ainda não cumpre as normas do CDC, Morishita abordou a questão por outro viés ao afirmar que “no futuro, talvez a defesa do consumidor não dependa só de atos de coragem e força, mas de processos de conhecimento que só o diálogo franco proporciona”.

Para ele, nesse novo mundo digital que se apresenta, onde o consumidor não precisa mais fornecer seus dados para alimentar o sistema, a predição e a personalização ditarão as relações de consumo, com os players de tecnologia atuando fortemente nessa área. Como exemplo, citou o novo relógio lançado pela Apple, que com seus giroscópios e rotoscópios é capaz de identificar quando uma pessoa sofreu uma queda, podendo alertar a terceiros ou contactar automaticamente os serviços de emergência.

Assim, para a regulação ser eficiente, ela precisa abranger todos os players do sistema e a

sociedade precisa estabelecer um pacto entre o desenvolvimento, a privacidade e a lei de proteção de dados. “Será necessário muito coragem moral nos próximos 25 anos para fazer o que é certo e do jeito certo”, finalizou assim Morishita.

Inovações na distribuição de seguros para ampliação do acesso e da proteção do consumidor

O último painel do 3º Seminário de Direitos e Deveres do Consumidor de Seguros foi aberto pelo diretor do Grupo Segurador BB Mapfre Bento Zanzini, afirmando que apenas 15% das famílias brasileiras são protegidas por algum tipo de seguro, faltando a estas a consciência da necessidade de sua importância, mas também reconhecendo a falta de confiança dos clientes nas seguradoras, oriundas da falta de transparência destas.

Por outro lado, segundo ele, assim como os mecanismos de fiscalização, as empresas estão avançando, cada vez mais conscientes que só agindo corretamente podem sobreviver no longo prazo. E, entre o que se avança nas empresas, está a inovação, que, segundo Zanzini, traz mais valor para os clientes, novas experiências e retorno financeiro para as empresas.

O diretor da BB Mapfre acredita que, para aumentar a penetração do seguro, também é preciso expandir seus canais de comercialização, com maior utilização da rede bancária, dos meios remotos e até das vending machines, como é o caso do projeto piloto do grupo segurador.

Para outro participante do painel, o defensor Público Felipe Kirchner, entretanto, o público de baixa renda ainda tem pouco acesso ao seguro, não só por conta do desconhecimento, mas também pelas necessidades de sobrevivência acima das de prevenção.

E quando um consumidor de baixa renda adquire um seguro, a complexidade do contrato é um das principais razões que o leva à Defensoria Pública. Além disso, esse consumidor ainda tem dificuldade em compreender como ele pode pagar por alguma coisa e, eventualmente, não receber nada em troca, como nos casos de sinistros não realizados. Outra dificuldade de compreensão é em relação à cobertura oferecida, limitada aos termos do contrato, quando a expectativa é, muitas vezes, que esta seja total. “No setor securitário, o dever de informação é quase prevalente”, conclui Kirchner.

Buscando refinar o conceito de informação, já que esta é considerada fundamental por todos os presentes ao Seminário, o presidente do Brasilcon, Bruno Miragem, também participante do painel, afirmou que informação não é o simples repasse de dados, mas, antes de tudo, esclarecimento, principalmente neste mundo de hiperinformação em que vivemos, onde não há a capacidade de processamento de tudo, inclusive por causa do tempo, cada vez mais escasso. “O seguro é um contrato complexo com terminologia própria. Quantos conflitos não se dão por falta de informação adequada?”, indagou.

Fonte: CNseg, em 13.03.2015.