

GUICHÊ PARA A CIDADANIA

Fundadora do Instituto de Defesa do Consumidor, Marilena Lazzarini diz que o brasileiro precisa pressionar para melhorar a qualidade do que compra

GISELE VITÓRIA

Há 11 anos à frente do Instituto de Defesa do Consumidor (Idec), a engenheira agrônoma Marilena Lazzarini, 50 anos, acha graça quando alguém lhe telefona e diz: “Ô Marilena, tenho um problema aqui que você vai adorar.” Ela costuma dizer que o brasileiro está tão acostumado a esperar que o “Estado Pai” resolva tudo que uma organização não-governamental como o Idec acaba tendo seu papel confundido. “Parece até que caçamos problemas”, diz. Sem vínculos com o Estado, a função do Idec é orientar o consumidor, mas não resolver por ele. “Queremos que nossos associados tenham uma postura de cidadãos, que se envolvam.” O Idec, com 40 mil associados, só acolhe ações coletivas – atualmente são cerca de 700, que utilizam na Justiça o Código

Nacional de Defesa do Consumidor. Por meio dele, seis mulheres que garantem ter engravidado por causa das pílulas Microvlar feitas de farinha foram beneficiadas com uma liminar que determinou à Schering do Brasil o pagamento de despesas de parto. Ex-diretora do Procon em São Paulo, o nome de Marilena associou-se à defesa do consumidor desde que participou do grupo de trabalho que criou em 1976 esse primeiro guichê de reclamações aberto ao cidadão no País. Mais de 20 anos depois, invocar a experiência de consumidor pode encurtar o longo ca-



EFICIÊNCIA Para Marilena, o Código do Consumidor é uma lei que facilita a vida do cidadão

minho da Justiça comum. Também com base no código, a Justiça de São Paulo concedeu a Marcelo Eduardo Gasparian, órfão de Arthur Gasparian, morto na queda do Fokker 100 da TAM em outubro de 1996, uma indenização de R\$ 1 milhão por danos morais e patrimoniais. O argumento da ação foi quebra de contrato da companhia aérea ao oferecer um bilhete que não levou o passageiro ao seu destino. “O consumo é o primeiro degrau para a cidadania porque é o mais concreto e afeta a todos”, diz Marilena, nesta entrevista a ISTOÉ.

ISTOÉ – Por que a Justiça é mais eficiente no Brasil para quem se apresenta como consumidor?

Marilena Lazzarini – O Código de Defesa do Consumidor é uma lei muito bem escrita. O Ministério da Justiça juntou um grupo rico de especialistas, convidou gente de outros países para opinar e ele resultou numa lei que facilita o acesso do cidadão aos seus direitos. Antes do código, que começou a ser posto em prática em 1991, o consumidor tinha que provar que o produto tinha um defeito. Hoje, em caso de acidente, o consumidor só tem que provar

que usou o produto e que sua segurança foi atingida por ele. Cabe ao fabricante ou ao prestador do serviço o ônus de provar que é inocente. Tanto no caso do acidente do voo 402 da TAM quanto na farinha encontrada na pílula Microvlar, é mais do que claro que foram o serviço e o produto que causaram prejuízo ao consumidor.

ISTOÉ – *No caso dos remédios, ao contrário da tragédia do voo 402, as denúncias desencadearam uma investigação que revelou outras irregularidades. A resposta das autoridades não é fundamental para que o cidadão acredite que adianta brigar?*

Marilena – A sociedade precisa se conscientizar de que não receberá nada de graça. Só se conseguem mudanças à custa de pressão. Os Estados Unidos têm a FDA (Food and Drug Administration) porque lutaram por isso; têm uma agência que fiscaliza a segurança nos transportes porque lutaram por isso. Nós estamos apenas começando. Aqui a sociedade não se mobilizou o suficiente no caso do acidente aéreo. No episódio dos remédios, além de um ministro recém-empossado querendo mostrar serviço, houve mais mobilização social. E com muito custo, pois cansamos de denunciar. É uma situação crônica e parece que estamos diante de fatos inéditos.

ISTOÉ – *Aparentemente o brasileiro só se dá direitos na área do consumo.*

Marilena – Eu não sou filósofa, mas acredito que o consumo é o primeiro degrau para a cidadania porque é o mais concreto e porque afeta a todos. A classe média reclama mais porque percebe mais, mas os pobres são os mais lesados. E todo mundo consome – da classe A à Z. O juiz também tem um plano de saúde com o qual já teve problemas. E, quando alguém consegue perder o medo e exige seus direitos, começa a se perceber como cidadão também em outras instâncias. Foi nisso que acreditamos ao fundar o Idec.

ISTOÉ – *Onze anos depois, você acha que estava certa?*

Marilena – Acho que para esse processo andar mais rápido só faltou uma difusão maior dessas conquististas e dos direitos do consumidor. E ainda exis-

te uma resistência muito grande por parte dos movimentos sociais, que identificam direito do consumidor com coisa de classe média.

ISTOÉ – *O que falta ao consumidor brasileiro?*

Marilena – Falta informação. Na verdade, falta uma política. Temos uma política nacional de defesa do consumidor que privilegia as ações de punição, de multa. Mas deveríamos ter uma política de ação educativa. Falta ao consumidor o que falta ao País: educação para o exercício da cidadania. A educação é a primeira ferramenta para tornar as pessoas mais informadas. Assumindo essa postura, percebem que são atores nesse processo e que o País muda a partir da nossa mudança. O consumidor brasileiro era muito tímido. Nos

“ Antes do código, o consumidor tinha que provar a existência do defeito. Hoje, em caso de acidente, o fabricante deve provar que é inocente ”

Todo mundo consome, da classe A à Z. E o juiz também tem um plano de saúde com o qual já teve problemas ”

anos 80 tinha vergonha de criar confusão por causa de uma coisa pequena. Mas brigar por um troco de 20 centavos tem um significado. Significa que estão te desrespeitando de alguma forma. É uma questão de direitos, não do valor envolvido. Mas a sociedade está amadurecendo. A espera de que o Estado Pai solucione o problema faz parte da cultura. Temos é que inocular esse germe da cidadania na criança e no jovem. Em toda a América Latina é igual. É um medo de se erguer e falar. Vale a pena esse processo de construção. Por isso nós não resolvemos o problema para o associado do Idec. A gente dá informação para ele resolver, a gente quer que os associados do Idec tenham uma postura de cidadãos. O povo não deve ficar mais de joelhos.

ISTOÉ – *Como a população brasileira pode se proteger da má qualidade?*

Marilena – No País, o controle da qualidade dos produtos é frouxo. Por isso há remédios fraudados, prédios que desabam, o shopping que explode, o avião que cai. O consumidor brasileiro não tem percepção de que as empresas são responsáveis pela qualidade do produto que fabricam. Testamos produtos e constatamos falhas que podem causar acidentes. Quando ficam sabendo, pessoas nos telefonam relatando acidentes nunca antes divulgados. Sendo defeito de fabricação, a empresa deve inclusive indenizar as vítimas. No Brasil não temos nem registro desses acidentes.

ISTOÉ – *O hábito do consumo torna o consumidor mais exigente?*

Marilena – Creio que sim. O americano tem uma postura diferente. Não espera que o Estado faça por ele, especialmente na esfera dos direitos do consumidor. Isso veio junto com o desenvolvimento do capitalismo. No final do século passado, nasceu o movimento de consumidores nos Estados Unidos, ligado aos direitos dos trabalhadores. Naquela época, a liga de consumidores de Nova York boicotou produtos fabricados por empresas que desrespeitavam a mão-de-obra infantil e das mulheres. No Brasil, ainda lutamos para que a mão-de-obra infantil não seja utilizada. Nos anos 30, os americanos começaram a oferecer informação para o público comprar melhor. Na América Latina, isso co-

meçou nos anos 70, 80. Hoje a associação que produz a revista americana para o consumidor tem cinco milhões de assinantes e um laboratório próprio para testar produtos. A revista *Consumidor S.A.* do Idec tem 40 mil assinantes.

ISTOÉ – *O consumismo brasileiro é diferente do americano?*

Marilena – A maioria dos brasileiros não tem recursos, mas há uma parte da classe média tão ou mais consumista do que a sociedade americana. Comprar, comprar, desperdiçar – copiamos o lado ruim deles sem copiarmos o que têm de bom, que é a exigência dos direitos e a capacidade de se organizar. Esse modelo ruim é copiado pelas camadas pobres e que também acabam comprando sem exigir. Por que se vê,

às vezes, um office-boy gastando todo seu salário para comprar roupa de grife? Sua referência são os rapazes que podem comprar esses bens. O menino pobre gasta porque o consumo não é só conforto, é também status. Vemos pessoas pobres desperdiçando recursos porque não têm informação. São pessoas que compram a crédito porque, do contrário, não conseguiriam comprar nunca. Não temos nas escolas do Brasil educação para o consumo, noções básicas de direito e de como comprar.

ISTOÉ – *A maioria dos consumidores ainda é muito manipulada?*

Marilena – Muito. E pela propaganda, que faz a divulgação dos benefícios para a sociedade de consumo. A publicidade brasileira é de Primeiro Mundo. Só que a qualidade dos produtos não é. Temos um nível de inadequação em relação à segurança. Há muito desrespeito aos requisitos das normas técnicas.

ISTOÉ – *O produto é ruim porque o fabricante sabe que o comprador não reclama?*

Marilena – Claro. Isso melhorou porque o consumidor vem exigindo mais e porque houve abertura comercial. A inadequação dos produtos nacionais é muito grande. Consultores da Holanda que trabalharam conosco por seis meses se assustaram com os problemas que detectamos. Na Europa é muito difícil encontrar no mercado algum produto com inadequação à norma técnica. Aqui, cerca de 30% dos produtos testados têm alguma inadequação à norma técnica.

ISTOÉ – *Testes de qualidade divulgados corrigiram defeitos de fabricação?*

Marilena – Sim, muitas vezes. Os testes identificam produtos inseguros no mercado. Constatamos que as normas técnicas para fabricação de determinados produtos são insatisfatórias para assegurar sua segurança. Já descobrimos, por exemplo, chuveiros que podem matar de choque, preservativos masculinos inseguros. Mudamos a norma de preservativos, chuveiros e playgrounds, que nem existia no País. Às vezes a norma do produto não é boa, como era o caso do fogão que aquecia demais nas paredes laterais. Quem acaba fazendo a norma são os fabricantes e, é óbvio, não atentam para aspectos que são relevantes para o con-

sumidor. Se temos uma norma que não atende aos requisitos de segurança, sintomático. Pelo Código de Defesa do Consumidor, o fabricante é obrigado a pôr no mercado um produto seguro. Numa situação como essa, o consumidor pode recorrer à Justiça, e o Idec o ajuda a fazer isso.

ISTOÉ – *A publicidade atrapalha o consumidor?*

Marilena – As crianças e os adultos precisam aprender a fazer a leitura crítica de uma publicidade. O papel do movimento de defesa do consumidor não é só esse front da justiça, mas é o da formação também. É preciso aprender a pôr a publicidade em seu devido lugar. Programas como o da Angélica e o da Xuxa vendem um monte de porcaria para jovens e crianças. Um estudo feito

“Constatamos problemas nas normas técnicas de fabricação de vários produtos. Já mudamos as normas de preservativos, chuveiros e playgrounds

A publicidade brasileira é de Primeiro Mundo. Só que a qualidade dos produtos não é. Há muito desrespeito às normas”

em vários países analisou a publicidade de alimentos e a deterioração dos hábitos alimentares das crianças. É difícil para uma mãe enfrentar isso sozinha.

ISTOÉ – *Os serviços de atendimento ao consumidor das empresas funcionam?*

Marilena – Alguns funcionam bem, dão informação muito boa, de alto nível. Outros são de faz-de-conta. Existem a imprensa, os órgãos de defesa. O consumidor sabe que se puser a boca no trombone resolve.

ISTOÉ – *Qual a diferença entre o Idec e o Procon?*

Marilena – O Procon é um órgão público dos governos estaduais. O Idec é uma organização não-governamental sustentada em mais de 70% por consu-

midores associados. Nossa revista não tem anunciantes. Trabalhamos com independência total. Somos impedidos de receber qualquer tipo de financiamento de empresas. Esta é uma regra que o Idec respeita, calcada em associações de consumidores dos outros países criadas há 50, 60 anos. Garante nossa independência. Zelamos pelos testes de produtos que são publicados na revista *Consumidor S.A.* Também não aceitamos amostras. Nós vamos ao mercado e compramos os produtos que serão testados. Diferente do Procon, atuamos principalmente no âmbito coletivo. Informamos muita gente por meio da nossa revista, impetramos ações judiciais. Temos mais de 700 ações em curso, sempre coletivas, que podem beneficiar pessoas não-identificadas. Não são ações apenas para os nossos associados, funcionam por atacado. Acabamos de ter uma vitória numa ação cível pública contra um banco no Espírito Santo que vale para todos os poupadores que tinham poupança em 1989. O Procon atende o público para resolver reclamações individuais. Os desrespeitos ao Código de Defesa do Consumidor podem ser punidos pela autoridade administrativa, que é o Procon. Organizações da sociedade para defesa de direitos são muito novas no País. Depois de mais de 20 anos de ditadura, é difícil esse reerguimento da sociedade, sobretudo para a nossa cultura de esperar que o Estado resolva tudo.

ISTOÉ – *Os consumidores se decepcionam quando descobrem que vocês não são governo?*

Marilena – Isso acontece quando há a expectativa de que nós resolveremos a questão. Parece que nós somos um grupo de pessoas que gostam de trabalhar com problemas. Às vezes alguns amigos, pessoas de um nível alto de informação me ligam e falam: “Ô Marilena, tenho aqui um problema que você vai adorar.” Parece que a gente fica à caça de problemas e de situações complicadas para resolver. Temos para o associado do Idec um serviço de orientação para que ele possa resolver o problema sozinho. As pessoas têm um papel importante quando conhecem seus direitos. ■