

Defender ou utilizar os consumidores?



Carlos Pimenta

Se for ao site da Direcção Geral do Consumidor encontrará no seu início o que esperava

“As associações de consumidores são associações dotadas de personalidade jurídica, sem fins lucrativos, e têm como objetivo principal a proteção dos direitos e dos interesses dos consumidores em geral e dos seus associados em particular”.

Pouco depois encontrará a lista das associações nacionais com a ligação aos respectivos sites. Aí encontra a DECO - Associação para a Defesa do Consumidor, mas ao activá-lo em vez do que é anunciado encontra a DECO PROTESTE (DEFESA DO CONSUMIDOR).

Porque defender os direitos dos consumidores nesta sociedade individualista e consumista passa certamente por protestar contra as atrocidades de que todos somos vítimas, esta associação é identificada erradamente como DECO PROTESTE. Nesse site será vítima de tais manipulações que provavelmente o farão pagar por ano entre 100 e 400 euros, em vez dos 9,38 euros que é a quota estatutária da DECO.

Este aliciamento ao consumidor é, no entanto, espectável porque a DECO PROTESTE é uma empresa editora por quotas possuída em 25% pela DECO em 75% pela Euroconsumers, sociedade anónima quase integralmente propriedade de uma associação belga de consumidores, mas com sede em Luxemburgo, um paraíso fiscal. Uma empresa comercial com fins lucrativos, com crescente alargamento na actividade empresarial.

Neste emaranhado de possíveis promiscuidades, a DECO, controlada financeiramente pela empresa de que é sócia, estende-se por essa via a múltiplos sectores empresariais: segurador,

publicitário, de apoio a condomínios, imobiliário, etc.

Por essa via se gera um profundo e doloroso conflito de interesses: defender os interesses dos consumidores, como se espera de uma associação de consumidores, ou das empresas, pela via do alargamento do seu mercado e da lucratividade?

Por exemplo,

- Quando se anuncia nas suas revistas que um determinado aparelho de culinária já está à venda no estrangeiro e que futuramente o será no nosso país é porque ele é vital para o consumidor ou faz parte de uma iniciativa publicitária?
- Quando se recomenda um produto, nomeadamente num anúncio da televisão ou pela via da venda de «selos de qualidade» do produto, é porque ele é inquestionavelmente o melhor ou porque todo o estudo foi feito para o considerar como tal?
- Quando numa listagem por qualidade decrescente de determinado tipo de seguros nos quatros primeiros lugares aparecem três que são transaccionados pelas empresas propriedade da associação houve imparcialidade?
- Quando basta uma mensagem telefónica para garantir um produto (como, por exemplo, uma agenda) é para criar o canal para um novo consumidor associado, para vender mais revistas ou porque o número de pessoas a atingir na publicidade influencia o preço do anúncio?

Enfim, insistimos, está lançado o conflito de interesses entre a defesa do consumidor e a actividade empresarial, ambas realizadas pela mesma entidade.

Está negada a definição de associação defesa do consumidor apresentada inicialmente

Poder-se-á argumentar que são actividades complementares, mas o controlo da Deco Proteste sobre a Deco — no site, em muitas decisões, no funcionamento quotidiano e pagamento aos funcionários, no aumento crescente da componente comercial, etc. — parece fazer valer o dito “o que rende é ir publicitar e vender”.

É de louvar o empenhamento de muitos funcionários da Deco na defesa consumidor, mas não é aí que reside a dinâmica da Deco Proteste.