



## Ainda a defesa do consumidor

**11 de outubro de 1973**

Em nossa edição de domingo último fizemos ligeiras considerações sobre um problema que agora vem despertando a nação, pois que trata de organizar-se um mecanismo de defesa do consumidor.

Realmente, penetrando na era da sociedade de consumo, em que toda a técnica de venda é colocada a serviço da produção, obrigando muita gente a pensar que tem necessidade de comprar muito mais do que o indispensável, o consumidor, que não pode conhecer os detalhes de qualidade e de valor de todos os produtos expostos à venda, fica à mercê dos vendedores, podendo despendar muito mais do que o razoável nas suas compras.

Uma professora da Escola de Economia Doméstica da Esalq, em uma de suas andanças de pesquisas sociais, nesta cidade, depa-rou com um caso doloroso, que ela costuma contar como 'o caso da geladeira'. E aquela família, que tentada pela prestação relativamente cômoda para comprar uma geladeira, comprou-a um dia, num daqueles impulsos, tão bem preparados pelos mestres vendedores da atualidade. Em breve, o chefe da família se desempregou e como o aluguel de casa e a prestação da geladeira formavam uma soma muito alta, a família se mudou para um barracão em bairro periférico desprovido de energia elétrica, para poder continuar a pagar as prestações. Foi lá que a professora encontrou o quadro trágico, de uma geladeira embrulhada em papel, 'para não estragar', enquanto

que a prestação daquele 'monstro' tirava comida da boca das crianças que pediam esmolas nas ruas. E por que não devolvem a geladeira? - foi a pergunta que ocorreu. Mas como, se vamos agora perder um 'dinheirão', porque a loja não devolve um centavo do que já pagamos... Uma verdadeira desordem no orçamento daquela pobre família.

E os 'gatos' vendidos por 'lebres'? Tecidos com marcas ambíguas das orelhas, eletrodomésticos de qualidade equívoca, com selos de garantia que não garantem nada, uma série de arapucas armadas contra o consumidor, que entra em fria com a maior boa fé.

A legislação de proteção ao consumidor, adiantada em todo o mundo, poderá lançar um manto protetor sobre o brasileiro, que se acha inteiramente desprotegido, quando vai realizar um negócio: de um lado um 'expert' no assunto e de outro geralmente um ingênuo, que vai na palavra do vendedor e muitas vezes é vítima dos maiores equívocos.

No campo do esclarecimento da dona de casa, no que concerne ao seu círculo de compras, aí está a Escola de Economia Doméstica da Esalq que poderia formar monitoras, para esclarecer as compradoras quanto à qualidade e valor do que lhes é apresentado para vender. E com isso, vendo-se mais vigiado, o próprio comércio vai ser esmerar por apresentar cada vez melhores produtos, na luta da concorrência, ganhando o consumidor nacional, que verá seu dinheiro valorizado, por compras feitas com mais acerto, livres dos perigos das novas técnicas de vender.

