

A Importância das Associações na sociedade de consumo

Jorge Morgado | Secretário Geral da DECO

www.deco.pt

As associações têm um papel cada vez mais activo junto do poder político e das empresas, são no fundo, a voz de milhares de pessoas na representação dos seus interesses e na defesa dos seus direitos. A DECO é claramente a associação com maior expressão a nível nacional, actuando nas diversas áreas do nosso tecido social. Em entrevista, Jorge Morgado, Secretário-Geral, revela a crescente importância das associações numa sociedade pouco informada.



Encontra-se à frente da DECO desde 1991. Sendo a sua tarefa quase interminável, considera que está tudo feito?

Posso sintetizar isto em duas frases. Já fizemos muita coisa. Enquanto consumidores já conseguimos muita coisa, mas por outro lado, falta ainda fazer tudo. Temos dos melhores edifícios legislativos em termos da protecção do consumidor, temos uma legislação mais moderna do que outros países. A grande questão é que essa legislação, muitas vezes não é conhecida pelos consumidores, não é conhecida pelas empresas, é desrespeitada e a fiscalidade funciona mal.

Problema que se agrava com o mau funcionamento dos Tribunais. São estas circunstâncias que favorecem a existência de muitos problemas, que não deveriam existir, a legislação de uma maneira geral é boa. Falta fazer tudo, porquê? Esta realidade é muito dinâmica, e ao longo destes 20 anos complexificou-se muito a defesa do consumidor, a sociedade de consumo. Hoje temos problemas de segurança alimentar que não tínhamos há 20 anos atrás.

Nestes 20 anos surgiram os nitrofuranos, o problema das “vacas loucas”, ou seja, nestes 20 anos afastámo-nos imenso da matéria-prima original. Daí a necessidade de legislar e fiscalizar, para dar direitos e deveres aos consumidores nesta matéria. Precisamos de uma ASAE que funcione, porque é ela que tem a capacidade laboratorial para fazer essa fiscalização. E isto é válido para todas as áreas em que actuamos.

Antigamente as pessoas tinham muito menos necessidade de relacionar-se com a banca, com as sociedades financeiras, com os seguros, do que têm hoje. Com o progresso este processo complexificou-se bastante, exigindo por um lado, que os consumidores sejam pessoas que, cada vez mais procuram a informação.

Se querem poder tirar partido das vantagens e sonegar as desvantagens desta sociedade de consumo têm de estar informados e, para isso, têm de procurar a informação. As associações de consumidores tornaram-se importante e necessárias, são elas que têm a capacidade de estudar assuntos complexos, de fazer testes comparativos, de pressionar a Administração Pública para que exerça as suas competências. Em estreita colaboração com a DECO, que tem a possibilidade de passar informação para os consumidores. Agora, também é exigível a esses consumidores que procurem a informação. É uma das obrigações do consumidor.

Segundo Jorge Morgado existe alguma preocupação da parte da DECO e destas associações, no sentido de que os jovens percebam que o acesso à informação é um direito que têm mas que, é também um dever seu apoiar este tipo de associações. Mobilizar os jovens para o Associativismo, seja ele qual for, em termos de defesa do consumidor é muito importante, uma vez que são pessoas bastante informadas por estarem muito expostos à publicidade.

Actualmente, mediante a situação em que se encontra o país, o que falta conseguir?

Falta que as pessoas sejam consumidores mais conscientes a nível dos produtos financeiros. O que é que eu quero dizer com isto? Muitos de nós temos já determinados comportamentos relativamente a outro tipo de produtos, quando compramos um produto alimentar já reparamos se está dentro do prazo de validade, já temos a preocupação de confrontar rótulos, quando

compramos um automóvel, já fazemos comparação de preços e de características. Quando passamos para os produtos financeiros, que pode ser um simples crédito à habitação muitas vezes não fazemos isto. De um modo geral, nesta área as pessoas acreditam na fidelização.

Os consumidores não devem ir a um só banco, devem confrontar o mercado, devem ter uma atitude bastante mais esclarecida e bastante mais exigente. Se formos mais exigentes relativamente aos produtos que são apresentados através da banca e das sociedades financeiras, se exigirmos mais informação, estamos automaticamente a exigir mais qualidade na prestação de serviços por parte dessas entidades. Eu pergunto, será que todos nós sabemos todas as condições, quando utilizamos o cartão de crédito, quando fazemos créditos ao consumo, quando tratamos do nosso crédito à habitação? Quanto estamos a pagar de juros em cada momento? Sabemos qual é a nossa TAEG? Sabemos qual é o Spread que estamos a pagar?

Se estivermos a par desta realidade conseguimos defender a vida económica das nossas famílias. Nós sentimos que os Portugueses têm uma relação difícil, uma relação pouco informada com a banca, com os seguros, com os produtos financeiros e isso leva muitas vezes a tomada de decisões erradas.

“
Se formos mais exigentes relativamente aos produtos que são apresentados através da banca e das sociedades financeiras, se exigirmos mais informação, estamos automaticamente a exigir mais qualidade na prestação de serviços dessas entidades.”

”

O Secretário-geral da DECO informou-nos ainda que, neste momento, e em conjunto com a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, existem as “Brigadas Gerir e Poupar” que andam pelo País a pedido de várias entidades locais, sejam Juntas de Freguesia, sejam Câmaras Municipais ou até colectividades, que tentam combater a chamada “iliteracia financeira”. O que se pretende com esta iniciativa é passar a informação para as comunidades, para as pessoas e, principalmente para os jovens em idade escolar, fazendo sessões em salas, ensinando a fazer um orçamento familiar, a terem critérios de consumo mais sustentáveis para a sua realidade económica.

A DECO conta com algum trabalho de voluntariado?

Nós temos trabalho assegurado por voluntários e esse trabalho é fundamentalmente relacionado com a Direcção, ou seja, a Direcção da Deco, excepto eu, é uma Direcção completamente voluntária, quer a nível nacional quer a nível das delegações regionais.

Temos também grupos de associados que nos ajudam, que funcionam como equipas de reflexão sobre temas actuais. Temos agora, por exemplo, uma série de equipas a funcionar a propósito da Troika, que fazem a análise do impacto das suas medidas na economia nacional. Do ponto de vista da Deco não estamos muito organizados para o trabalho voluntário dos associados ou dos consumidores. No entanto apreciamos muito a capacidade que os consumidores têm de nos fazer chegar informações e aí é um trabalho voluntário, um trabalho de militância. Nós todos os dias recebemos milhares de comunicações (telefonemas, cartas, e-mails), que nos põe a par das notícias de situações ou conflitos que tiveram, e que pedem para ser resolvidos. Tudo isto é fundamental no trabalho regular que nós fazemos junto do poder político, junto do poder económico no sentido de alterar comportamentos, melhorar a legislação, aumentar os direitos dos consumidores e, confrontar as empresas. É partindo deste trabalho dos consumidores que muitas das causas são ganhas ■