

DEFESA DO CONSUMIDOR

ONDE RECLAMAR • O Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) funciona de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 13h às 17h, na Rua Desembargador Guimarães 21, Água Branca, São Paulo/SP, CEP: 05002-050 — Tel.: (11) 3874-2152

Um olho na balança e outro na publicidade

Entidade internacional, com 220 membros, lança documento com propostas para evitar a obesidade infantil

Luciana Casemiro
lucianac@oglobo.com.br

Os 192 países membros das Nações Unidas (ONU) estarão reunidos segunda-feira em Nova York para discutir doenças não transmissíveis — como derrames, ataques cardíacos, câncer e diabetes —, responsáveis por 63% das mortes no mundo e 74% no Brasil, segundo relatório da Organização Mundial da Saúde (OMS). Com o foco nas dietas pouco saudáveis, apontadas entre as principais causas dessas doenças, a Consumers International (CI) — entidade com 220 organizações membro, em 120 países — elaborou o “Manual de monitoramento da promoção de alimentos e bebidas dirigidas a crianças”, enviado na última semana a seus associados e a autoridades de saúde nacionais e locais. O documento propõe metodologias de avaliação da publicidade de alimentos não saudáveis para crianças — ricos em sal, açúcar e gorduras — por entender que a propaganda vem tendo papel relevante no estímulo a dietas inadequadas, o que contribui para o aumento da obesidade infantil.

Nessa reunião da ONU, esperamos que os governos busquem criar ferramentas, como esse manual, e considerem formas práticas para enfrentar a causa da obesidade. Existem muitos oponentes à regulação na área de marketing de alimentos infantis que julgam que as entidades de defesa dos consumidores estão advogando um controle estatal desnecessário. Mas, quando estamos falando sobre a proteção da saúde de crianças e também de adultos, acreditamos que os governos têm um papel fundamental para reduzir o efeito do marketing de *junk food* e tornar mais fácil para o cidadão fazer escolhas saudáveis — afirma Helen McCallum, diretora-geral interina da CI.

Para especialistas, regulamentação é insuficiente

Maria Inês Dolci, coordenadora Institucional da Proteste — Associação de Consumidores, filiada à CI, lembra que vários testes realizados pela associação apontam um volume excessivo de propaganda de alimentos não saudáveis.

— Não precisa proibir a publicidade, ninguém quer censura. Mas

ORIENTAÇÕES PARA UMA DIETA MAIS SAUDÁVEL

Editoria de Arte

ALIMENTOS COM CORES MUITO VIVAS
Balas, doces, gelatinas, bebidas, cereais matinais, iogurtes

Normalmente, contêm muitos corantes. E alguns deles podem causar reações alérgicas, caso do amarelo tartrazina

ALIMENTOS “LIGHT” OU LIVRES DE AÇÚCAR

Muito açúcar não é bom, mas exagerar na ingestão de edulcorantes artificiais não é recomendado para crianças

ALIMENTOS QUE TRAZEM A INSCRIÇÃO “SABOR DE...”
Gelatinas, bebidas, iogurtes

Em geral, são aromatizados artificialmente e não contêm a fruta ou o ingrediente natural que imita o sabor

ALIMENTOS NÃO CONGELADOS “PRONTOS PARA O CONSUMO”

Tudo alimento desse tipo contém, necessariamente, muitos conservantes e realçadores de sabor artificiais

ALIMENTOS QUE TRAZEM APELOS COMO “ENERGIA”, “FORÇA” OU SIMILARES

Toda criança precisa de muita energia, disponibilizada, em geral, nesses alimentos, sob a forma de açúcar (sacarose). Não é proibido consumi-los, mas adequar a dieta às atividades físicas. Se puder, ofereça também alimentos com outros açúcares naturais (frutose, presente nas frutas)

NÍVEIS DE AÇÚCAR E DE SÓDIO NOS RÓTULOS

Nem sempre é possível saber quanto de açúcar há no alimento, porque no Brasil é obrigatória apenas a declaração total dos carboidratos (o açúcar está incluído aí, em geral). Mas se o açúcar estiver discriminado e passar de 15g/100g de alimento ou 6g/100ml de bebida, evite. Já o sódio não deve passar de 100mg/100g de alimento para crianças

ALIMENTOS ACOMPANHADOS POR BRINDES OU EM EMBALAGENS COM FORMATOS DIFERENCIADOS
Personagens de desenhos ou filmes

É claro que a criança adora, mas quase sempre o brinde está associado a um lanche pouco saudável, e ainda se paga muito mais caro por uma quantidade menor do alimento. As embalagens aparentam ser grandes, mas há muito espaço vazio

TABELA NUTRICIONAL
Na maioria das vezes, os valores informados estão relacionados à dieta de um adulto, não à de uma criança

Fonte: Idec

precisamos estimular a consciência das empresas e dos publicitários sobre sua contribuição para que as crianças adotem uma alimentação saudável. Esse processo começa na concepção do produto, com a redução de sal, gordura e açúcar nas composições. Em todos os testes de alimentos que fizemos, esses componentes aparecem em doses excessivas — ressalta Maria Inês.

Também filiado à CI, o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) que há quase uma década vem monitorando a situação dos alimentos infantis no Brasil, já incorporou várias práticas sugeridas pela organização internacional ao seu dia a dia. Gerente de Informação do Idec,

Carlos Thadeu de Oliveira destaca que a divulgação do manual é importante para difundir informações:

— O manual difunde parâmetros de observação e monitoramento da publicidade e estabelece bases comuns para a compilação de dados globais, o que é fundamental para vencer essa batalha pela regulamentação.

Em abril, o Ministério da Saúde estabeleceu termos de compromisso com a indústria de alimentos para a redução paulatina de sal nos alimentos industrializados. Mas, na avaliação das entidades de defesa do consumidor, as metas são tímidas — sendo que alguns alimentos já estão dentro do limite estabelecido para daqui a dois ou três anos, por exemplo. Nessa proposta,

pesa ainda, diz Oliveira, o fato de a publicidade ter ficado de fora:

— A restrição à publicidade de alimentos para crianças está sendo pensada no contexto de um sério problema de saúde pública mundial, já que as doenças crônicas não transmissíveis, associadas intimamente ao consumo exagerado de alimentos com muito sal, açúcar e gorduras, estão se manifestando cada vez mais cedo em crianças e adolescentes cuja dieta é rica nesses alimentos. A última Pesquisa de Orçamento Familiar, do IBGE, mostrou que esse quadro já é alarmante também no Brasil: uma em cada três crianças, de 5 a 9 anos, está acima do peso recomendado pela OMS. A

restrição à publicidade não é a única arma para combater essa epidemia, mas é muito importante.

Abap: visão de consumidor-cidadão já foi incorporada à publicidade

Representante da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (Abap) no Rio, o publicitário Armando Stroenberg, da Euro RSCG Contemporânea, discorda do Idec. Na avaliação de Stroenberg, a conscientização do consumidor-cidadão já faz parte da cultura publicitária:

— O ponto de partida de tudo o que fazemos atualmente é a autorregulamentação e o profundo respeito às regras da Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Os novos profissionais já chegam ao mercado conscientes disso, imbuídos dessa responsabilidade, o que é muito positivo. E os alimentos são apenas um dos temas em que há essa preocupação, poderíamos citar ainda brinquedos, bebidas alcoólicas. Não acredito que seja necessária nenhuma regulamentação adicional, pois essa consciência de ver o consumidor não apenas como um comprador de produtos e serviços, mas como cidadão, já faz parte da cultura publicitária brasileira.

Um trabalho do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) sobre o tema — “O fator publicidade de alimentos e refrigerantes e sua relação com a obesidade” — cita estudos sobre obesidade que consideram marginal a contribuição da publicidade. Segundo o documento, não se pode responsabilizar a propaganda e minimizar aspectos importantes, como o papel da escola e dos pais para adotar uma dieta saudável.

Em nota, assinada por seu presidente Edmundo Klotz, a Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação (Abia) destaca que mais importante que focar a discussão na publicidade infantil é construir medidas efetivas de combate às doenças crônicas não transmissíveis. Segundo a Abia, a indústria tem contribuído com a melhora de aspectos nutricionais, por meio da redução dos teores de gorduras e sódio, com base em um acordo estabelecido com o Ministério da Saúde. O texto afirma que a publicidade infantil tem merecido a atenção do setor e que a indústria de alimentos, no Brasil e em outros mercados, tem em sua agenda de prioridades o aperfeiçoamento de regras de conduta para fortalecer a autorregulação. ■

Passagem cancelada

Comprei uma passagem pelo site Decolar.com e, depois da compra, liguei para alterar o horário da volta. O atendente pediu o número do meu cartão de crédito para cobrar a diferença de tarifa. Após passar os dados, ele avisou que o novo código seria enviado para o meu e-mail. Depois de esperar um dia e meio pelo novo código, comecei a ligar para o Decolar.com. Dei oito telefonemas na tentativa de obter o número e nada. Tentei falar com o supervisor, que hora alguma me atendeu, e ninguém conseguia me passar o novo código. Como ia viajar no dia seguinte às 7h, resolvi ligar direto para a companhia aérea para ver se descobria o que havia acontecido. Para minha surpresa, o bilhete tinha sido cancelado. Entrei em desespero, pois tinha uma reunião importante, mas a companhia disse que nada podia fazer, só pelo Decolar. Descobri que, além de terem cobrado no meu cartão a mudança de horário, cancelaram minha passagem. Surreal! Os descaso pelo cliente é algo que nunca havia visto antes.

ELISA VENTURA
Rio

• A equipe do Decolar.com informa ter entrado em contato com a leitora, informando-a sobre o procedimento adotado nesse caso e sobre o prazo para que o valor em questão seja ressarcido.

Demora para consulta

Gostaria de registrar minha insatisfação em relação à Amil. Paga-se

MALA DIRETA

com sacrifício um plano de saúde que não se consegue utilizar. Estou tentando desde junho marcar um endocrinologista para minha filha, de 9 anos, e não consigo. Nesse período recorri à central de atendimento e consegui marcar para agosto (dois meses depois da data da ligação) em uma clínica na Tijuca, mas, chegando o dia, a consulta foi desmarcada e remarcaram para uma data em que não seria possível levar minha filha. Estou ligando e agora só tem endocrinologista para o ano que vem. Quando ligo para marcar, perguntam: é a primeira vez? Se a resposta é sim, só tem para 2012. Sinto-me lesada, mas quem sofre mais ainda é minha filha, que precisa de um endocrinologista pediatria.

DENISE DE CÁSSIA MILLER
Nova Iguaçu, RJ

• A diretoria corporativa da Amil informa ter entrado em contato com a leitora para prestar esclarecimentos e acrescenta que consulta foi antecipada para 15 de setembro.

Máquina de lavar não funciona

Venho reclamar do controle de qualidade da Brastemp. Como é possível comprar uma máquina de lavar que, ao ser entregue, apresenta problemas, inclusive na placa de interface, que inviabilizam o funcionamento do aparelho? Vender uma máquina de lavar com defeito é um absurdo, e absurdo maior ainda são os prazos, sempre desrespeitados, para o conserto. E

a informação equivocada de que a peça levaria 15 dias para ser entregue pela Brastemp à assistência técnica, enquanto a empresa informa que são oito dias úteis. Quero saber como fica minha situação, pois comprei a máquina há mais de um mês, já paguei e ela ainda não está funcionando.

EUNICE CORREA LISBOA FARIAS
Rio

• A Brastemp informa que realizou o reparo da lavadora e pede desculpas pelo transtorno.

Cobrança após 13 anos pode?

Há cerca de 15 dias, recebi um telefonema de uma empresa cobrando-me uma suposta dívida minha com a Caixa Econômica Federal em 1998! Desconheço tal dívida e desafio essa empresa ou a Caixa a mostrarem cópia desse contrato com a minha assinatura em papel timbrado do banco. E pergunto: por que só vieram me cobrar 13 anos depois? Solicito que parem de me ligar quase diariamente. Acrescento que, ao refutar tal dívida com a pessoa que me ligou pela primeira vez, ela disse-me que se eu não pagasse (o que não devo) seria incomodado por várias ligações, o que está ocorrendo.

SERGIO FIGUEIREDO
Rio

• A Caixa Econômica Federal informa que a dívida se refere a um cartão de crédito, adquirido em dezembro de 1988 e cancelado em janeiro de

1999, por não identificação de quitação da fatura. A Caixa esclarece que, até setembro de 2002, os cartões de créditos do banco eram administrados pela Credicard. A partir de então o banco passou a administrá-los, assumindo os créditos e o direito de cobrar a dívida em caso de inadimplência. O banco salienta que é direito do titular do cartão contestar compra e/ou despesa não reconhecida, lançada em sua fatura.

Enxurrada de SMS tira o sono

Em agosto do ano passado contratei, por R\$ 4,99 ao mês, o serviço Gestor On-line da Claro. Ele deveria me enviar mensagens informando, por exemplo, quando eu atingisse o limite do meu pacote de internet. Acontece que o serviço tem me enviado, em média, 90 SMS por dia! Essa enxurrada de mensagens está me prejudicando em diversos aspectos. Recebo dezenas de SMS durante a madrugada, o que me impede de dormir. No trabalho, recebo cerca de 40 mensagens, que me obrigam a interromper minhas atividades dezenas de vezes ao longo do dia. Isso prejudica meu rendimento e minha relação com o empregador. Quero uma solução imediata para o meu problema. Como estou sendo severamente prejudicado, tenho, sim, intenção e energia necessárias para processar a Claro.

THIAGO SOARES MACHADO
Rio

• A Claro informa que entrou em contato com o leitor, informando que o caso está em análise junto ao departamento competente. A empresa se comprometeu a contactá-lo novamente quando houver um posicionamento.

Perfumes que nunca chegam

No fim de junho, comprei no Groupon dois cupons de desconto para perfumes do site Mercantte. Quando fiz o pedido dos produtos, o prazo de entrega era de um mês, mas o Groupon acabou estendendo para quase dois meses por causa do “enorme sucesso da promoção”. Só que esse prazo já expirou e os perfumes não foram entregues. O Mercantte não dá qualquer satisfação nem responde aos meus questionamentos, e o Groupon está se esquivando de sua responsabilidade. Eu comprei os cupons no Groupon pensando ser um site de confiança. Logo, eles têm de resolver a situação. Exijo a devolução da quantia paga.

ALESSANDRA FILARDY
Rio

• O Groupon se desculpou pelo ocorrido e esclareceu que a oferta foi cancelada. O site informou que todos os clientes foram avisados e que o estorno será realizado no cartão de crédito. De acordo com o Groupon, o prazo para recebimento do valor é entre uma e duas faturas, dependendo do fechamento.

• NOTA DA REDAÇÃO: Diferentemente do que foi publicado nesta seção no último domingo, o nome do presidente da Comissão de Defesa do Consumidor do Senado é Rodrigo Rollemberg (PSB-DF).

Multa contratual da Net terá que ser proporcional

Rennan Setti
rennan.setti@oglobo.com.br

• A Justiça determinou que a multa de rescisão de contrato cobrada pela Net Rio tenha abatimento proporcional ao tempo de serviço prestado. Dessa forma, o cliente que resolver cancelar o serviço na metade da vigência do contrato, por exemplo, pagará metade da multa.

A decisão é resultado de ação civil pública do Ministério Público (MP) do Rio. Em sua sentença, o juiz da 4ª Vara Empresarial, Mauro Pereira Martins, classificou de abusiva a cobrança de multa cheia a todos os clientes “por colocar o prestador de serviço em vantagem exagerada”. Martins também determinou que a empresa faça o ressarcimento a todos os assinantes que pagaram a multa total sem necessidade até hoje — mas o pagamento só ocorrerá após julgado o recurso da Net Rio.

— É o fim de uma injustiça. Embora a Net esteja recorrendo, a decisão já pode ser usada por quem processar a empresa nos Juizados Especiais — diz Rodrigo Terra, da 2ª Promotoria de Defesa do Consumidor do MP-RJ.

Em nota, a Net informa que recorreu da decisão, defende que as “cláusulas de fidelização” possibilitam a oferta de descontos a assinantes e afirma que respeitará a decisão de cobrar multa proporcional, já que o recurso não suspende a sentença. ■