

ANTÔNIO ERALDO HOLANDA SILVA

**ANÁLISE HISTÓRICA DO ASSOCIATIVISMO PARA  
EDUCAÇÃO E DEFESA DE CONSUMIDORES  
DE BAIXA RENDA EM FORTALEZA-CE**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

VIÇOSA  
MINAS GERAIS – BRASIL  
2001

ANTÔNIO ERALDO HOLANDA SILVA

**ANÁLISE HISTÓRICA DO ASSOCIATIVISMO PARA  
EDUCAÇÃO E DEFESA DE CONSUMIDORES  
DE BAIXA RENDA EM FORTALEZA-CE**

Tese apresentada à Universidade Federal de Viçosa, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica, para obtenção do título de *Magister Scientiae*.

APROVADA: 19 de dezembro de 2001.

Profª Drª Lourdes Helena da Silva

Profª Drª Nerina Aires Coelho Marques

Prof. Dr. José Roberto Pereira  
(Conselheiro)

Profª Drª Simone Caldas Tavares Mafra  
(Conselheira)

Profª Drª Neuza Maria da Silva  
Orientadora

A Deus, sempre presente em todas as horas.  
A minha mãe Maria Holanda da Silva.  
A meus irmãos Carlos, Socorro, Graça e Germânia.  
Ao movimento brasileiro de defesa e educação do consumidor.

## AGRADECIMENTOS

- À Universidade Federal de Viçosa, pela estrutura e apoio na realização desta pesquisa.
- À CAPES pelo financiamento, sem o qual não teria sido possível realizar esta pesquisa.
- Aos participantes da pesquisa pelas importantes informações, sem os quais não teria sido possível concretizar esta tese. Por uma questão de resguardo dos participantes, optou-se por não divulgar os nomes.
- Aos professores Neuza Maria da Silva (Orientadora), José Roberto Pereira (conselheiro) e Simone Caldas Tavares Mafra (conselheira) pelas orientações e dedicação ao trabalho.
- À professora Nerina Aires Coelho Marques, pela atenção e ensinamentos valiosos durante o mestrado.
- Às professoras Lourdes Helena da Silva, Maria das Dores Saraiva de Loreto, Nanci dos Santos Lauro e Ana Lídia Galvão pelas contribuições a esta pesquisa.
- À professora Maria Clarisse Ferreira Gomes, minha orientadora durante a graduação na Universidade Federal do Ceará (UFC) e incentivadora na pós-graduação.
- Às professoras Sande Gurgel D'Ávila e Fátima Sampaio, ambas da UFC, pelo crédito e apoio ao ingresso na pós-graduação.
- Às professoras Elisa Maria Maia Gomes e Maria Consuelo Landim do departamento de Economia Doméstica da UFC, pelo carinho e apoio nas horas de aflição.
- Às professoras Tânia Cabral e Helena Selma Azevedo, do departamento de Economia Doméstica da UFC, pelo apoio na iniciação científica.
- Às auxiliares de pesquisa, Vera Lúcia O. da Silva, Joana Hudianny A. Mendes, Fabiana Duarte Pimenta e Jhaniciara Feijão Ximenes, alunas do curso de graduação em Economia Doméstica da UFC.
- À professora Maria Alsenir Carvalho Rodrigues, do departamento de Economia Doméstica da UFC, por ter viabilizado as auxiliares de pesquisa.
- Aos amigos e colegas da UFV Neuza Ribeiro, Kelly Cristina, Francisca Saraiva, Aloísia, Maria Helena (Lena), Ângela Maria, Carla, Rita Oliveira, Alex, Eliana, Bruno, Darciley e Efigênia (Fifi), pelo companheirismo e apoio.
- Às associações de defesa do consumidor: IDEC (SP), Movimento de Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Bahia e ÍCONES (PA) pelas informações fornecidas.
- Ao NECAF, pelas informações fornecidas.

## **BIOGRAFIA**

ANTÔNIO ERALDO HOLANDA SILVA nasceu em abril de 1970 na cidade de Baturité-CE, tendo se mudado no ano de 1980 para Fortaleza, onde graduou-se em Economia Doméstica pela Universidade Federal do Ceará. Paralelamente às atividades da graduação lecionou Ciências nos ensinos fundamental e médio em diversas escolas. Teve a oportunidade de estagiar em órgãos como o Sistema Nacional de Emprego (SINE-CE) e Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM). Militou no movimento estudantil, tendo ocupado cargo na direção do Centro Acadêmico (C.A.) do curso de Economia Doméstica. Entre os anos de 1995 e 1997 desenvolveu pesquisa sobre paternidade, tendo como foco, a divisão sexual do trabalho. Desde 1995, desenvolveu atividades de educação do consumidor, tendo sido técnico da ONG VIDA Brasil! nesta área, no ano de 1998. Sua monografia de final de graduação foi sobre a importância de trabalhar os temas cidadania, trabalho e consumo de forma transversal na escola e nos movimentos sociais. No ano de 1999 ingressou na área de educação profissional, na qual ministrou cursos relacionados ao doméstico por meio de instituições como Secretaria de Trabalho e Ação Social (SETAS), Centro de Treinamento e Desenvolvimento (CETREDE) e Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), a saber: conservação e zeladoria; área operacional de supermercado; e higiene aplicada. Em 2000 iniciou o curso mestrado em Economia Doméstica, na Universidade Federal de Viçosa, com área de concentração em Economia Familiar, tendo desenvolvido sua dissertação na linha de pesquisa Economia de Consumo Familiar.

## **GLOSSÁRIO DE SIGLAS**

ABED - Associação Brasileira de Economistas Domésticos  
ACBE - Associação Comunitária do Bairro Ellery  
ADEC - Associação de Defesa e Educação do Consumidor  
ADL - Agente de Desenvolvimento Local  
ANS - Action Nord Sud  
ASADEC - Associação de Apoio e Defesa do Consumidor  
CAP - Centro de Abastecimento Popular  
CI - Consumers International  
CRC - Centro Recurso para Cidadania  
CRDC - Centro Recurso para Defesa da Cidadania  
DECOM - Serviço Especial de Defesa Comunitária  
DED - Departamento de Economia Doméstica  
ENA - Educação Nutricional e Alimentar  
ENEDEC - Encontro Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor  
FNECDC - Fórum Nacional das Entidades Civas de Defesa do Consumidor  
HI - Handicap International  
IDEC - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor  
NDC - Núcleo de Defesa do Cidadão  
NECAF - Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar  
OCBR - Organização do Consumidor de Baixa Renda  
ONG - Organização Não-Governamental  
UCBJA - União das Comunidades do Bom Jardim e Adjacências  
UMJIR - União dos Moradores do Jardim Iracema  
VIDA Brasil! - Valorização do Indivíduo e Desenvolvimento Ativo Brasil!

## ÍNDICE

|                                                                                                                             |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LISTAS DE QUADROS E FIGURAS.....</b>                                                                                     | <b>vii</b>  |
| <b>RESUMO.....</b>                                                                                                          | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                                                                        | <b>ix</b>   |
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                                                    | <b>01</b>   |
| 1.1 O Problema e sua importância.....                                                                                       | 03          |
| 1.2 Objetivo.....                                                                                                           | 03          |
| <b>2 REVISÃO DE LITERATURA.....</b>                                                                                         | <b>04</b>   |
| 2.1 Movimento de consumidores.....                                                                                          | 04          |
| 2.1.1 Movimento mundial de defesa do consumidor.....                                                                        | 04          |
| 2.1.2 Movimento de defesa do consumidor no Brasil.....                                                                      | 08          |
| 2.1.3 Movimento de defesa do consumidor no contexto urbano de Fortaleza.....                                                | 10          |
| 2.2 ONGs e cidadania.....                                                                                                   | 12          |
| 2.3 Educação do consumidor e cidadania.....                                                                                 | 18          |
| <b>3 METODOLOGIA.....</b>                                                                                                   | <b>27</b>   |
| 3.1 Área de estudo.....                                                                                                     | 27          |
| 3.2 População estudada.....                                                                                                 | 28          |
| 3.3 Coleta de informações.....                                                                                              | 29          |
| 3.3.1 Processos e produtos centrados no sujeito.....                                                                        | 29          |
| 3.3.2 Elementos produzidos pelo meio do sujeito.....                                                                        | 33          |
| 3.3.3 Processos e produtos originados pela estrutura<br>sócio-econômica e cultural do macroorganismo social do sujeito..... | 34          |
| 3.4 Roteiro para coleta de informações.....                                                                                 | 34          |
| 3.5 Tratamento das informações.....                                                                                         | 34          |
| <b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>                                                                                        | <b>36</b>   |
| 4.1 Percurso histórico da ADEC.....                                                                                         | 36          |
| 4.1.1 Fase 1: antecedentes históricos da Organização do Consumidor<br>de Baixa Renda – OCBR (1993-1996).....                | 38          |
| 4.1.2 Fase 2: criação do Centro Recurso para Defesa da<br>Cidadania –CRDC (1997-1998).....                                  | 44          |
| 4.1.3 Fase 3: o recomeço do CRDC (1998-1999).....                                                                           | 56          |
| 4.1.4 Fase 4: criação da Associação<br>de Defesa e Educação do Consumidor – ADEC (1999-2001).....                           | 59          |
| 4.1.5 Fase 5: novo estatuto da ADEC junho de 2001.....                                                                      | 67          |
| 4.2 O significado da ADEC para os seus participantes.....                                                                   | 70          |
| <b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                                                                          | <b>78</b>   |
| 5.1 Conclusão.....                                                                                                          | 78          |
| 5.2 Limitações.....                                                                                                         | 80          |
| 5.3 Recomendações para futuros estudos.....                                                                                 | 80          |
| <b>6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>                                                                                    | <b>81</b>   |

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 – Cronograma de criação dos CRCs.....                                                   | 44 |
| Quadro 2 – Registro de Serviços de Orientação e Informação ao<br>consumidor do CRDC.....         | 52 |
| Quadro 3 – Comparação entre os objetivos da ADEC e do IDEC.....                                  | 60 |
| Figura 1 – Defesa do Consumidor em Fortaleza.....                                                | 11 |
| Figura 2 - Processo Histórico da ADEC.....                                                       | 37 |
| Figura 3 – O CRDC na visão da UMJIR.....                                                         | 54 |
| Figura 4 – O CRDC na visão do programa OCBR da<br>ONG VIDA Brasil!.....                          | 54 |
| Figura 5 – Semelhanças e diferenças na forma de organização<br>da ADEC e do IDEC.....            | 62 |
| Figura 6 – Necessidades apresentadas pelos participantes das oficinas<br>educativas da ADEC..... | 65 |
| Figura 7 – Objetivos da ADEC: anteriores e atuais.....                                           | 68 |
| Figura 8 – Localização das categorias de participantes<br>da ADEC no Município de Fortaleza..... | 70 |

## RESUMO

SILVA, Antônio Eraldo Holanda; M.S.; Universidade Federal de Viçosa; dezembro de 2001. **Análise Histórica do Associativismo para Educação e Defesa de Consumidores de Baixa Renda em Fortaleza-CE.** Orientadora: Neuza Maria da Silva. Conselheiros: José Roberto Pereira e Simone Caldas Tavares Mafra.

Esta pesquisa buscou reconstruir a história de uma ONG, a Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), a fim de entender sua origem e significado para seus participantes acerca de sua atuação. Entendeu-se ser importante estudar a ADEC, principalmente por ser uma novidade no contexto das organizações de defesa do consumidor, pois até fins da década de 1990, o que se conhecia eram entidades civis voltadas para a defesa do consumidor de classe média, sendo que a organização em estudo é constituída por e para as classes populares. Assim, a ADEC causou estranheza ao buscar referencial nos movimentos sociais dos dois estratos da sociedade. Nos de classes populares, o que se encontrou foram movimentos que lutavam ou lutam por direitos humanos básicos, ou seja, pelo acesso a bens e serviços necessários à sobrevivência. No movimento brasileiro de defesa do consumidor o que se tinha eram organizações constituídas por e para a classe média. Entendendo que a questão a ser respondida seria “qual o significado da ADEC para os seus participantes?”, partiu-se para campo onde foi realizado o estudo, utilizando-se como técnica para coleta de informações a triangulação de dados. As informações coletadas permitiram traçar o percurso histórico da ONG, que, para melhor compreensão, foi dividido em cinco fases. Através destas fases foi possível identificar: a gênese da ADEC, bem como de sua idealizadora a VIDA Brasil; as mudanças ocorridas no decorrer das fases; e conhecer os diferentes significados da ONG para seus participantes. A partir das informações coletadas pode-se concluir que apesar de não ter sido criada por iniciativa ou por uma demanda das classes populares, a ADEC para a maioria de seus participantes é importante enquanto espaço educativo.

## ABSTRACT

SILVA, Antonio Eraldo Holanda; M.S.; Universidade Federal de Viçosa; December of 2001. **Historical Analysis of the Associativismo for Education and Defense of Consumers of Low Income in Fortaleza-CE.** Adviser: Neuza Maria da Silva. Committee members: José Roberto Pereira and Simone Caldas Tavares Mafra.

The purpose of this research was to reconstruct the history of a ONG (non governmental organization), the Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), in order to understand its origin and the meaning of its performance to its participants. The study of ADEC was considered important especially for being a novelty in the context of the organizations of consumer defense, since up to the end of 1990 only civil entities aiming the defense of middle class consumers were known, while ADEC is constituted by and for the popular classes. Thus, that organization was different for searching reference in social movements of two classes of society. Among those of the popular classes, movements fighting for basic human rights were found, that is, those fighting to gain access to goods and services necessary for human survival. Understanding that the question to be answered was “what is the meaning of ADEC for its participants?”, a field study was conducted utilizing data triangulation as a technique to gather information. That information allowed to trace the historical journey of the organization which, for better understanding, was divided into five phases. Through those phases it was possible to identify: the genesis of ADEC, as well as the birth of its idealizer “VIDA Brasil!”, the changes that took place during those phases; and to get acquainted with the different meanings of the ONG to its participants. From the information collected it was possible to conclude that, although ADEC was not created as a initiative of the popular classes, it is considered an important educational space by the majority of its participants.

## 1 INTRODUÇÃO

No contexto urbano de Fortaleza, no final da década de 1990, foram criadas Associações de Defesa e Educação do Consumidor de Baixa Renda, fruto de um programa denominado Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR), desenvolvido pela organização não-governamental (ONG) *Valorização do Indivíduo e Desenvolvimento Ativo Brasil!* (VIDA Brasil!), em parceria com três Associações de Bairro: a Associação Comunitária do Bairro Vila Ellery (ACBE); a União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR) e a União das Comunidades do Bom Jardim e Adjacências (UCBJA).

A criação das Associações de Defesa e Educação do Consumidor de Baixa Renda, inspirada no programa OCBR, triênio 1999-2001, deveu-se aos seguintes problemas: a desinformação da população de baixa renda acerca de seus direitos; a ineficiência e a inexistência de órgãos públicos de defesa de direitos do consumidor e a inexistência de alternativas locais para a defesa desses direitos (VIDA Brasil!, 1999).

Sobre a inexistência de alternativas locais para a defesa dos direitos do consumidor, verificou-se, em dados do Fichário Central da Secretaria de Trabalho e Ação Social (SETAS)<sup>1</sup>, que, até dezembro de 2000, as 1.338 entidades comunitárias cadastradas desenvolveram programas de saúde, educação infantil, creche, moradia, entre outros, não atentando para os temas relativos à Defesa e Educação do Consumidor (SETAS, 2000).

De acordo com depoimento da presidenta da Federação de Entidades de Bairros e Favelas de Fortaleza (FBFF), as 612 filiadas da Federação desenvolvem programas semelhantes aos identificados no Fichário Central da SETAS, excetuando-se desse contexto a Associação Comunitária do Bairro Vila Ellery (ACBE) que aloja o Núcleo de Defesa do Cidadão (NDC), integrante do programa OCBR da ONG V.I.D.A. Brasil!.

---

<sup>1</sup> Órgão do Governo do Estado do Ceará.

Entende-se, portanto, que as iniciativas da camada da população de baixa renda até fins da década de 1990, pelo que se conhece, envolveram as entidades comunitárias, que se limitaram a reivindicar direitos humanos básicos como educação, emprego, transporte, moradia e saúde, etc. Para ilustrar historicamente essa afirmação, citam-se os seguintes movimentos sociais populares: Movimento de Moradia (década de 1960); Movimento do Custo de Vida (década de 1970); Movimento pela Saúde (década de 1970); Movimento de Transporte Coletivo (década de 1970); e Movimento de Luta contra o Desemprego (década de 1980) (Doimo, 1995).

Se por um lado as iniciativas da população de baixa renda têm sido reivindicar direitos humanos básicos, restritos ao acesso a bens e serviços que constituem tais direitos, por outro, as entidades que fazem parte do universo do movimento brasileiro de defesa do consumidor são tradicionalmente formadas por grupos pertencentes à classe média tais como: Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC), em São Paulo; Movimento de Donas de Casa e Consumidores do Rio Grande do Sul (MDCC-RS); Movimento de Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais (MDCC-MG); Associação de Orientação e Defesa do Cidadão (ADOC) de Curitiba (PR), entre outras (IDEC, 1997). A existência de uma associação de defesa e educação de consumidores de baixa renda no contexto brasileiro consiste, portanto, numa excepcionalidade.

A aproximação do autor com a associação de defesa e educação de consumidores de baixa renda aconteceu cerca de oito meses antes de sua criação, isto é, ainda em sua fase embrionária, desenvolvida que foi pela ONG VIDA Brasil! com o nome de Centro Recurso para Defesa do Cidadão ou simplesmente CRDC. Naquela ocasião, atuando como estagiário do Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM), desenvolvia, entre outras funções, a de receber as reclamações da comunidade que buscava atendimento no órgão e oficinas de educação do consumidor em escolas direcionadas ao público juvenil. Foi graças a essa experiência acumulada na área de educação do consumidor pelo autor que a coordenação do programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR), convidou-o a assumir cargo técnico, onde seria o responsável pela elaboração e reelaboração de oficinas educativas e monitor dos projetos que faziam parte do programa, dentre eles o CRDC.

O contato com o trabalho fez despertar a curiosidade de entender melhor o processo de criação dessas associações, ou seja, de conhecer a origem de tudo. Tais respostas não foram obtidas durante o curto período de tempo em que esteve trabalhando na ONG, talvez pelo demasiado envolvimento com a rotina que acabou

deixando-o “míope”, fato agravado pelas respostas sempre muito pontuais, obliterando detalhes que possibilitassem a compreensão do todo. Isso incomodava o autor que, cada vez mais, sentia a necessidade de entender o fenômeno associativista que estava sendo criado.

### 1.1 O problema e sua importância

Verificando-se que o fenômeno Associação de Defesa e Educação do Consumidor de Baixa Renda é distinto do que até então se conhecia como iniciativa das classes populares e como pertinente ao Movimento Brasileiro de Defesa do Consumidor, buscou-se resposta para a seguinte indagação: qual o significado de uma associação de defesa do consumidor de baixa renda para os seus participantes?.

A importância de se estudar o fenômeno entidade civil de defesa do consumidor de baixa renda credita-se a pelo menos dois motivos. Primeiro, por tratar-se de uma novidade no contexto do associativismo da defesa do consumidor, surgido na década de 1990, visto que até então o que se conhecia eram entidades civis voltadas para a defesa do consumidor de classe média; segundo, por entender-se que esta pesquisa, ao estudar os significados e ao resgatar a história das associações de defesa do consumidor de baixa renda, poderá suscitar reflexões sobre a forma e o conteúdo de entidades civis emergentes e ainda levantar questões a serem trabalhadas em outras pesquisas.

### 1.2 Objetivo

Reconstruir e analisar o percurso histórico da Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), identificando e analisando o significado de sua origem e atuação para seus participantes.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

Como suporte teórico para os resultados e discussão desta pesquisa, serão abordados neste capítulo os seguintes temas: movimento de consumidores mundial, nacional e local (Fortaleza); ONGs de defesa do consumidor; a relação entre educação do consumidor e cidadania.

### **2.1 Movimento de consumidores**

#### **2.1.1 Movimento mundial de defesa do consumidor**

O movimento de consumidores, em sua origem, teve íntima relação com a luta pelos direitos humanos, envolvendo questões como o combate ao trabalho infantil e os direitos das mulheres. A primeira organização de defesa do consumidor conhecida no mundo foi a Liga dos Consumidores de Nova Iorque (EUA), formada em 1891 e liderada por Josephine Lowell, que lutou pela melhoria das condições dos empregados do comércio (Zülzke, 1990).

Posteriormente, em 1899, foi formada a Liga Nacional de Consumidores (NCL), uma união das associações de Nova Iorque, Boston, Chicago e Filadélfia, liderada por Florence Kelley, que enfatizou inicialmente as condições de trabalho das mulheres e crianças nas fábricas têxteis de algodão. Tais entidades, trabalhando em conjunto com os sindicatos, pressionaram o Congresso e o Governo, conseguindo leis que regulamentassem as jornadas e segurança de trabalho, a prática de salários mais justos, a participação da criança no trabalho e a reavaliação das metas de produtividade. Marcou também a luta da NCL a criação de etiquetas, que eram fixadas nos artigos de vestuário, além de uma lista com o nome dos fornecedores que respeitavam os trabalhadores. Essa organização está hoje presente em 20 estados,

formando uma rede de escritórios de defesa do consumidor (Garman, 1993; Zülzke, 1990).

O período que compreendido entre 1890 a 1920 registrou um crescimento rápido da sociedade dos Estados Unidos, passando de eminentemente rural, quando as pessoas moravam em fazendas e áreas rurais, para urbano, consequência da industrialização naquele país. Sobre isso, Garman (1993, pp. 32-33) diz:

“Para o fim do século passado, os efeitos de uma sociedade em crescimento rápido mudaram o papel do consumidor. Industrialização, junto com crescimento da população, trouxe os 40% da população para as cidades. (...) A congestão subsequente, contudo, também levou a “pobreza urbana, moradia em cômodos, guetos de imigrantes, corrupção municipal, condições precárias de trabalho, condições de trabalho por longas horas e pouca remuneração, trabalho infantil e uma variedade de problemas de consumidores”. Para enfrentar esses problemas, as pessoas, particularmente as mulheres, se uniram. (...) Sindicatos recém criados buscavam igualdade para as pessoas da classe trabalhadora. Membros do partido popular e do progressista promoviam mudanças econômicas e sociais. Grupos de voluntários (...) se preocupavam com questões locais, como adulteração de alimentos.”

Ainda nesse período, podem-se verificar, em manchetes de jornais, temas relacionados a fraudes contra o consumidor. A seguir, exemplificam-se algumas delas, mencionadas por Garman (1993, p. 33):

“Trust” de petróleo tem êxito através de suborno, meios ilícitos, fraudes, violência e destruição da competição.

Departamento de Agricultura documenta 1400 páginas de adulteração de alimentos.

Formaldeído usado como conservante de alimentos.

Liga de Esposas de Chicago formada para checar condições sanitárias em lojas de alimentos.

Em Washington, no início do século XX, preocupado com a segurança das pessoas no consumo de alimentos em conserva, o Dr. Harvey Wiley – chefe do departamento de Química do Ministério da Agricultura desde 1883 – realizou experimento com doze jovens da sua equipe, aos quais fornecia aditivos químicos dos que eram utilizados pela indústria de alimentos, três vezes ao dia. Os participantes

desse experimento ficaram conhecidos como a *Esquadra do Veneno* e os resultados eram publicados no jornal *The Washington Post* (Zülzke, 1990).

Na década de 30 do século passado, foi criada a Consumer's Union, existente até os dias de hoje, que se especializou em testes comparativos, na publicação da revista Consumers' Reports – com versão *on line* na *internet* -, bem como de material didático. No primeiro número da revista, foram divulgados estudos sobre o leite tipo A e B, escovas de dente, teor de chumbo em brinquedos, dentre outros (Zülzke, 1990).

Ainda na mesma década, devido à recessão e à II Guerra Mundial, a demanda por bens de consumo foi quase totalmente reduzida, estendendo-se esta situação até meados da década de 40, período definido como pós-guerra, quando a economia volta a crescer e os consumidores dos Estados Unidos, principalmente os da classe operária conseguem benefícios como aumento na renda e maior acesso à educação (Garman, 1993). Para se ter uma idéia do acesso a informação que esses consumidores passaram a ter na década de 50, Garman (1993, p. 34) diz:

"A circulação da revista de informação para compras populares, Consumer Reports, publicada pela Consumers Union, Inc., aumentou para quase 1 milhão em 1950."

A década de 40 foi marcada, de acordo com Zülzke (1990), pela internacionalização da economia e crescimento das organizações de defesa dos consumidores na Inglaterra, Suécia, Holanda, Alemanha, França, Dinamarca, Canadá, Bélgica, Austrália, Áustria, Japão, entre outros países. Nas décadas seguintes, destacaram-se as seguintes iniciativas: Associação de Consumidores da Inglaterra (1950), com destaque aos testes comparativos com carros; no mesmo período, na França, criou-se a União Federal de Consumidores (UFC), especializada também em testes comparativos. Já na década de 60, implantou-se o Instituto Nacional do Consumidor, na França, responsável pela publicação da revista *50 milhões de consumidores*, e foi criada a União Internacional das Organizações de Consumidores (IOCU), inicialmente presente apenas em países industrializados como Estados Unidos, Austrália, Holanda, Reino Unido e Bélgica, sendo que, em 1990, contava com aproximadamente 170 grupos de consumidores, em cerca de 60 países, espalhados pela Europa, Ásia e América Latina (Zülzke, 1990).

Hoje, cerca de dez anos depois, a IOCU denomina-se Consumers International (CI). É uma federação composta por 267 organizações do consumidor originárias de 121 países, sendo a sua missão, promover a construção de uma

sociedade justa mediante a defesa dos direitos dos consumidores em todo o mundo, particularmente dos grupos vulneráveis. A CI enfatiza a responsabilidade que têm os consumidores de usar seu poder no mercado para eliminar abusos e promover práticas comerciais sadias, além de apoiar o consumo e a produção sustentáveis (Consumers International, 2001).

Ainda sobre a década 60, Garman (1993, p. 35) afirma que *viu um novo movimento social desenvolver-se em que americanos mais economicamente informados (melhor do que seus pais) expressaram insatisfação com os sistemas sociais, econômicos e estruturais existentes*. Este movimento ficou conhecido como consumerismo.

O *Movimento Consumerista* ou simplesmente *Consumerismo* foi uma nomenclatura criada para definir o movimento de consumidores nos Estados Unidos que questionavam as inadequações do mercado, bem como a falta de interesse de fornecedores e do governo em atender importantes necessidades e demandas do consumidor (Garman, 1993).

Os primeiros direitos do consumidor conhecidos no mundo, apresentados em 15 de março de 1962, pelo presidente dos Estados Unidos, John F. Kennedy, resumiam-se em quatro: direito à segurança, à informação, à escolha e a ser ouvido (Garman, 1993). Ainda relacionado à iniciativa do governo norte-americano, nessa mesma década, foi criado o Escritório do Assistente Especial do Presidente da República para Assuntos de Consumidores na Casa Branca, estando à frente a Sra. Esther Peterson, que ficou conhecida como a *dama do consumerismo* (Zülzke, 1990).

No período de 1960 a 1970, ganhou destaque no movimento de consumidores o advogado Ralph Nader que, em 1965, após formar-se em Direito pela Universidade de Harvard, escreveu o livro intitulado *Unsafe at any speed* (Inseguro a qualquer velocidade), onde acusava a indústria de automóveis General Motors pela falta de compromisso com a segurança dos produtos fabricados. Nader processou a General Motors, sendo indenizado, mediante acordo, em 425.000 dólares, dinheiro usado para criação de organizações de defesa do consumidor como a Cidadão Público e o Centro para Segurança de Automóveis. Suas pesquisas contribuíram para mudanças em leis e políticas públicas americanas (Garman, 1993).

Nos Estados Unidos, na década de 70, os direitos do consumidor declarados pelo Presidente Kennedy são acrescidos de mais quatro, a saber: direito ao ressarcimento, à educação do consumidor; ao meio ambiente saudável e ao acesso a bens e serviços básicos (Zülzke, 1990). Somados aos quatro apresentados na década de 60, hoje, por iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU)

constituem os direitos universais dos consumidores e a base para a legislação de defesa do consumidor de outros países. Na década de 80, os países comunistas também passaram a ter suas organizações de consumidores. Dentre eles, destacam-se: Cuba, Hungria, China, Polônia e União Soviética (Zülzke, 1990).

Em suma, o movimento de consumidores no mundo teve seu início no final do século XIX, nos Estados Unidos, tendo a partir da década de 40 (século XX) se expandido para outros países. No Brasil, o início do movimento de consumidores deu-se na década de 70, assim como em outros países da América Latina.

Hoje, o pioneiro Movimento do Consumidor dos Estados Unidos, referência para a criação de organizações em outros países, pode ser considerado maduro, bem organizado, ativo, eficaz e produtivo (Garman, 1993). Como exemplos, citem-se a Liga Nacional de Consumidores, a Federação do Consumidor da América e a União dos Consumidores (Consumers Union), todos mantidos com o apoio financeiro dos consumidores (Garman, 1993).

#### 2.1.2 Movimento de defesa do consumidor no Brasil

No Brasil, o período de 1972 a 1984 foi assinalado por três marcos principais: um governo antidemocrático, consequência de um golpe político-militar em 1964, que, com um projeto dito modernizador, internacionalizou a economia, incentivou a industrialização e a urbanização; um curto período de crescimento econômico (1968-1974), que ficou conhecido como “milagre econômico” e o surgimento de diversos movimentos sociais que lutavam pela redemocratização do país e por políticas públicas voltadas ao fomento do acesso a bens e serviços. Como exemplos de movimentos surgidos nessa época, podem ser citados: Movimento pela Anistia (1977-1978); Movimento Feminista (1975-1982); Mobilização Nacional contra o Regime Militar (1978-1984); Movimento “Diretas Já”<sup>2</sup> (1984); Movimento do Custo de Vida e Movimento Contra a Carestia (1974-1980); Movimento dos sem-Terra (a partir de 1979); Movimento pelos Transportes Públicos (1976-1982), entre outros (Evers, 1982; Baer, 1996; Gonh, 1997; Anastásia, 2000).

É nesse contexto sócio-econômico-político que são criadas, em meados da década de 70, as primeiras organizações brasileiras de defesa do consumidor, na

---

<sup>2</sup> Movimento nacional por eleição direta para Presidente da República (GONH, 1997)

esfera governamental (PROCON de São Paulo) e não-governamental (Associação de Proteção do Consumidor, criada em Porto Alegre), provavelmente, tendo como referência a política de defesa do consumidor desenvolvida nos Estados Unidos (Lazzarini, 1997).

O movimento de defesa do consumidor no Brasil, no início da década de 80, ganha corpo, contando então com a existência de 49 entidades (Tuccori, 1981a), embora, não dispusesse ainda de uma legislação específica que tratasse dos interesses do consumidor. Além disso, as poucas normas técnicas existentes, ou eram desconhecidas pela população ou não eram aplicadas pelo poder público (Zülzke, 1990). Mas, em 1985, ano marcado pela redemocratização, quando se deram as eleições diretas para presidente da República (fim do regime militar), houve um avanço significativo no movimento de defesa do consumidor, com a aprovação da Lei 7.347, que rege a ação civil pública, e com a criação do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor (Lazzarini, 1997), órgão governamental atrelado ao Ministério Extraordinário para a Desburocratização, “com a finalidade de assessorar o presidente da República na formulação e condução da política nacional de defesa do consumidor” (Zülzke, 1990).

A conquista seguinte do movimento de defesa do consumidor no Brasil consistiu em sensibilizar os legisladores para incluir na nova Constituição Brasileira um texto que tratasse da defesa do consumidor (Lazzarini, 1997). A nova Constituição, publicada em 1988, contemplou as reivindicações do movimento de defesa do consumidor ao recomendar, nos artigos 5º, XXXII; 170, V e 48 das disposições transitórias, a criação de uma lei específica para a defesa do consumidor (Ceará, 1999).

De 1988 a 1990, o movimento de defesa do consumidor brasileiro promoveu intensa mobilização da opinião pública com o objetivo de criar o Código de Defesa do Consumidor (CDC), iniciativa que provocou reação desfavorável no grupo empresarial e publicitário. Porém, em 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078) foi publicado, entrando em vigor seis meses depois, com espaço garantido nos meios de comunicação de massa. No final dessa mesma década, já se contava com 50 organizações de defesa do consumidor, distribuídas em diversas regiões do Brasil, cabendo aqui ressaltar que até 1997 o que se conhecia era um movimento de defesa do consumidor composto por grupos pertencentes à classe média (Lazzarini, 1997).

Em julho de 1997, foi instalado por ocasião do III Encontro Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (ENEDEC), o Fórum Nacional das

Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor, cujo objetivo, quando da sua instalação, foi “fortalecer o movimento de defesa do consumidor no Brasil, promovendo a articulação entre as entidades cíveis do setor” (IDEC, 1997).

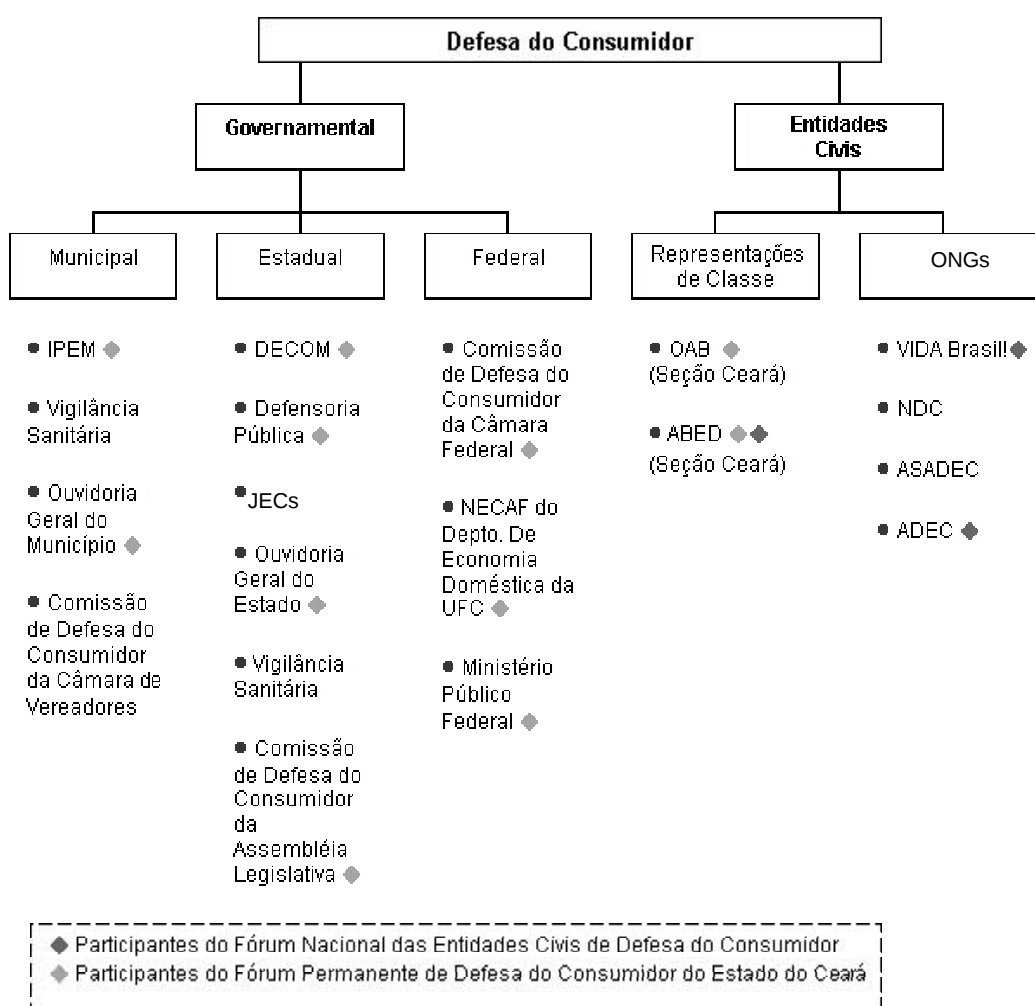
### 2.1.3 Movimento de defesa do consumidor no contexto urbano de Fortaleza (CE)

Até fins da década de 80 e início da década de 90, trabalhavam com o tema defesa do consumidor, em Fortaleza, as seguintes instituições: Instituto de Pesos e Medidas (IPEM), órgão municipal; Vigilâncias Sanitárias do Município e do Estado; Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM), órgão ligado ao Ministério Público do Estado do Ceará, atuando não apenas na defesa do consumidor, mas também em outras áreas, como meio ambiente, inquilinato e assuntos comunitários em geral e Juizados Especiais Cíveis e Criminais, os quais, até o ano 2000, já somavam 26 unidades, espalhadas por diversos bairros (NECAF, 1995; Tribunal de Justiça do Ceará, 2000).

Na verdade, somente após a publicação do Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078) em 1990, o tema defesa do consumidor em Fortaleza ganhou corpo, talvez como decorrência das sucessivas crises econômicas por que passou e passa o País. Certo é que seus efeitos sobre a economia familiar foram marcantes ou pela notoriedade do tema na mídia nacional e local, ou pela soma dos dois motivos anteriormente citados. Provas do “boom” de entidades e programas de defesa e/ou educação do consumidor surgidos na década de 90 são: o Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar (NECAF) do Departamento de Economia Doméstica da Universidade Federal do Ceará, projeto de extensão criado por tempo indeterminado, que atua desde 1993 no tema educação do consumidor; a Comissão de Defesa dos Direitos do Consumidor da Câmara de Vereadores de Fortaleza; a Comissão de Defesa do Consumidor da Assembleia Legislativa do Ceará; a Comissão de Defesa do Consumidor da OAB-CE; a Ouvidoria Geral do Estado; a Ouvidoria Geral do Município; o Fórum Permanente de Defesa do Consumidor do Estado do Ceará, coordenado pela Comissão de Defesa do Consumidor da OAB-CE e as Associações de Defesa dos Consumidores de Baixa Renda denominadas Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), Associação de Apoio e Defesa do Consumidor (ASADEC) e Núcleo de Defesa do Cidadão (NDC) (Ceará, 2000).

Além das entidades e programas em funcionamento, outros estão em fase de estudo e/ou estruturação. Por exemplo, a ONG VIDA Brasil!, em parceria com três entidades comunitárias de bairros periféricos de Fortaleza, tem em fase de criação três novas associações de defesa do consumidor (VIDA Brasil!, 1999), iniciativa seguida pela Federação de Entidades de Bairros e Favelas de Fortaleza, que até o início de janeiro de 2001, estava estruturando um departamento de defesa do consumidor.

Mesmo dispondo de tantas entidades e programas de defesa do consumidor, como pode ser observado na figura 1, Fortaleza ainda não dispõe de um PROCON (Sistema de Defesa do Consumidor), ao contrário do que acontece na maioria das capitais brasileiras, razão por que o que seria sua função específica é transferido para o Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM) que atua, de forma generalista, em temas diversos.



2.2 ONG's e cidadania: Defesa do Consumidor em Fortaleza, 2001

As organizações não-governamentais (Non Governmental Organizations), conhecidas popularmente como ONGs (NGOs), de acordo com Menescal (2001), tiveram sua origem nas Nações Unidas, em 1950, definidas como organizações internacionais não estabelecidas por acordos governamentais. Tais organizações internacionais são entidades ou agências de cooperação financeira a projetos desenvolvimentistas ou assistencialistas que, como afirma Schere-Warren (1995, p. 162) *trabalham em favor de populações desprivilegiadas do Primeiro e do Terceiro Mundo.*

Ainda sobre os trabalhos dessas agências internacionais, Schere-Warren (1995, p. 162) afirma:

"Algumas destas agências, às vezes também denominadas de GSOs (Grassroots Support Organizations), ou organização de apoio a movimentos de base/comunitários, com o objetivo de financiar projetos a serviço destas bases populares, buscam entidades mediadoras e responsáveis pela execução dos projetos nos países do Terceiro Mundo - essas ONGs passaram a ser denominadas a partir desse momento como ONGDs (Organizações Não-Governamentais de Desenvolvimento)."

Ressalte-se, por oportuno, que, nos locais de execução dos projetos, essas entidades eram identificadas como *"centros populares" (de educação, apoio, promoção, assistência técnica e jurídica, assessoria, informação, documentação, pesquisa e outras atividades a serviço do movimento popular ou de grupos comunitários)* (Schere-Warren, 1995, p. 162).

Embora a discussão sobre o termo ONG no Brasil tenha surgido, segundo Menescal (2001), em meados da década de 80, quando as organizações eram denominadas de "microorganizações não governamentais" sem fins lucrativos e realizavam projetos junto aos movimentos populares, estas surgiram no país na década de 70. Schere-Warren (1995, p. 163) complementa, afirmando que historicamente, na América Latina e no Brasil em específico, denominados de ONGs *têm sido os centros populares de educação, promoção e assessoria e mais recentemente as entidades ambientalistas.*

Quanto às funções das ONGs, Schere-Warren (1995, p. 163) diz:

"As ONGs brasileiras têm se caracterizado como entidades de assessoria, apoio, promoção, educação e defesa de direitos humanos e ambientalistas, com o objetivo de transformar aspectos negativos da realidade social, manifestados por meio de movimentos sociais e/ou das comunidades."

Scherer-Warren (1995) entende serem essas funções provas de que as ONGs têm se preocupado com questões de cidadania e com problemas ambientais, na perspectiva de uma sociedade mais participativa e justa. Os temas trabalhados por elas, ainda segundo a autora, são: pobreza ou desigualdade, discriminação de gênero e raça, destruição ambiental, desamparo às crianças e adolescentes, violência, carências coletivas (equipamentos e bens coletivos urbanos, como transporte, saneamento, assistência à saúde, etc.).

Sobre as carências coletivas, Menescal (2001) afirma que, no discurso de pesquisadores e cientistas da área econômica, as ONGs representam uma forma de compensação destinada a suprir determinadas necessidades da sociedade não supridas pelo Estado e pelo mercado, sendo, pois, consideradas como "provedoras de bens coletivos".

Ainda sobre os temas trabalhados pelas ONGs, Landim (2001), por meio de uma pesquisa realizada em meados da década de 90 sobre o perfil dessas organizações<sup>3</sup>, identificou que, entre as atividades destas, o tema mais trabalhado é a **Cidadania**, seguido da **Educação**. Tais atividades, segundo a mesma pesquisa, são dirigidas a um público diversificado, como grupos religiosos, setores marginalizados ou discriminados como homossexuais, prostitutas, portadores do vírus da AIDS, moradores de rua, mulheres (questão de gênero), etc.

Para realizar suas atividades, as ONGs contam com a participação financeira de doadores, principalmente internacionais. Sobre isso, Landim (1993, pp. 8-9) diz:

"Analisar o campo formado pelas atuais "ONGs" brasileiras pressupõe levar em conta as condições sociais do estabelecimento e reprodução de dois feixes de relações necessárias que o constituem: por um lado, as relações com determinadas agências européias, canadenses e norte-americanas que as financiam (na maioria, de caráter não governamental). Por outro, as relações com as "bases", os grupos e organizações compostas por setores dominados da

---

<sup>3</sup> Informações obtidas on line do texto introdutório (NOTAS PARA UM PERFIL DAS ONGs) à obra "ONGs: Um perfil - Cadastro das Filiadas à Associação Brasileira de ONGs (ABONG)", publicada em 1996.

população entre os quais desenvolvem suas atividades. (...) Por aí se constroem alianças e lealdades e transitam especialistas, moedas fortes, idéias e modelos de atuação, dentro da moldura enquadadora dos 'projetos'."

Assim, as ONGs brasileiras se estruturam a partir de uma linha que começa com a ajuda de organizações internacionais do Primeiro Mundo (os doadores) para chegar às bases (destinatários das ações). Para que a cooperação internacional ocorra sob a forma de ajuda financeira das ONGs do Norte (Primeiro Mundo), Schere-Warren (1995, pp. 165-167) afirma que as ONGs do Sul (latino-americanas) devem seguir orientações político-normativas das agências financiadoras. Segundo a autora, essas orientações podem ser classificadas em:

- (a) Assistencialista - Na prática significa um trabalho de ajuda cristã (expressa no apoio financeiro das ONGs do Norte) aos desprivilegiados socialmente, aos pobres em geral e de combate aos extremos da miséria do Terceiro Mundo.
- (b) Desenvolvimentista - É fruto de uma concepção utopista de desenvolvimento, segundo a qual a defasagem em que se encontram os povos do Terceiro Mundo pode ser minorizada por meio de um processo educacional e da introdução de tecnologias apropriadas. Nessa direção, o apoio de agências financeiras de caráter secular, captadoras de recursos de empresas privadas, é significativo. Citem-se a Inter-American Foundation, USAID, Ford, Rockefeller, Kellogg e outras agências européias e japonesas.
- (c) Democratizante - A escalada do autoritarismo na América Latina, com o conseqüente desrespeito aos direitos humanos e civis, demonstrando a fragilidade do espaço de cidadania dos povos latino-americanos, sensibiliza as entidades filantrópicas do Primeiro Mundo, tanto as já citadas, como as novas que surgem neste contexto (vinculadas aos movimentos da social-democracia e/ou sindicais européias). Projetos que visam à construção de direitos de cidadania, a partir de grupos comunitários, são então bem-vindos pelas agências, incluindo-se aí questões de gênero, de etnias, dos menores abandonados, da saúde, do meio ambiente e outras.
- (d) Neoliberal - Recentemente surgiu uma nova concepção sobre desenvolvimento, que defende a necessidade de uma política de ajuste estrutural, face à crise do desenvolvimento expressa no aumento da miséria e da degradação ambiental nos países do sul. Nesse contexto, a questão ambiental em alguns casos é apresentada como um guarda-chuva para as demais questões sociais do Terceiro Mundo. É também um momento de crescimento e institucionalização das agências de apoio, bem como do surgimento de novos agentes de cooperação internacional,

oriundos das esferas governamentais. De acordo com a concepção neoliberal, a transferência de recursos para setores organizados da sociedade civil, visando ao seu futuro fortalecimento, é uma estratégia válida para enfrentar a crise de desenvolvimento.

Sobre as orientações políticas das Agências de Cooperação impostas às ONGs do Sul, Quadros (1999, s.p.) diz:

"A ameaça e descontinuidade de apoio financeiro às ONGs (tanto do Norte como do Sul) compromete a existência de muitas delas, resultando em um processo de crescente subordinação aos interesses definidos pelas agências que financiam os projetos."

A submissão das ONGs aos interesses dos financiadores, na concepção de Quadros (1999, s.p.), leva ao comprometimento da autonomia destas:

"O conjunto de entidades que compõe o universo das ONGs que, por definição e pela denominação expressam o distanciamento em relação aos governos, passa a enfrentar, assim, uma crise de identidade causada sobretudo pelo comprometimento de sua autonomia."

Sobre a perspectiva ameaçadora de perda de autonomia das ONGs brasileiras, Schere-Warren (1995, p. 174) afirma que estas têm sido cada vez mais cobradas no item eficiência, representado por resultados quantificados. A autora diz:

"(...) as agências financiadoras têm avaliado os projetos das ONG's latino-americanas a partir dos resultados apresentados de acordo com os objetivos propostos, freqüentemente por meio de métodos quantificáveis ou de mensuração. (...) E a tendência futura é no sentido da cobrança crescente pela eficiência. Desta forma, o espaço de trabalho das ONG's latino-americanas que vise a construção de uma sociedade civil mais democrática e mais justa, de difícil acompanhamento e avaliação a curto prazo, poderá estar ameaçado de continuidade a partir da crescente institucionalização do processo avaliativo."

Seguindo a mesma linha de pensamento de Schere-Warren, Armani (2001) afirma que "as ONGs vêm sendo forçadas a rever sua estrutura, seus organogramas, seu processo decisório, as formas de relação com os beneficiários" dentre outras medidas, e que "o grande desafio (...) reside em construir novos formatos institucionais que combinem os tradicionais elementos de informalidade e

democracia interna, (...), com novos patamares de eficiência organizacional, transparência e responsabilidade pública".

Até o momento, identificou-se a gênese e o conceito das Nações Unidas para ONG, a funcionalidade das ONGs latino-americanas, a cooperação internacional, oriunda das Agências Internacionais e destinada às ONGs brasileiras, e sua política normativa, dentre outros pontos pertinentes. Mas o que são ONGs? Schere-Warren (1995, p. 165) apresenta a síntese do que entende por ONGs, definindo-as como:

"Organizações formais, privadas, porém com fins públicos, sem fins lucrativos, autogovernadas e com participação de parte de seus membros como voluntários, objetivando realizar mediações de caráter educacional, político, assessoria técnica, prestação de serviços e apoio material e logístico para populações-alvo específicas ou para segmentos da sociedade civil, tendo em vista expandir o poder de participação destas com o objetivo último de desencadear transformações sociais ao nível micro (do cotidiano e/ou local) ou ao nível macro (sistêmico e/ou global)."

A Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais (ABONG), no artigo 2º de seu Estatuto, define ONGs como:

"As entidades que, juridicamente constituídas sob a forma de fundação, associação e sociedade civil, todas sem fins lucrativos, notadamente autônomas e pluralistas, tenham compromisso com a construção de uma sociedade democrática, participativa e com o fortalecimento dos movimentos sociais de caráter democrático, condições estas, atestadas pelas suas trajetórias institucionais e pelos termos dos seus estatutos." (ABONG, 2001)

Ambas as definições deixam claro que nem todos os organismos não-governamentais devem ser confundidos com ONG. Sobre isso, Landim (1993, p. 54) cita um trecho de um documento da ABONG (2001):

"Reconhecer a especificidade das ONG's significa ressaltar aquilo que não são (não são empresas lucrativas, não são entidades representativas de seus associados ou de interesses corporativos de quaisquer segmentos da população, não são entidades assistencialistas de perfil tradicional), e afirmar aquilo que são (servem desinteressadamente à comunidade, realizam um trabalho educacional de promoção da cidadania e defesa dos direitos coletivos, contribuem para o fortalecimento dos movimentos sociais e para a formação de suas lideranças visando a constituição e o pleno exercício de novos direitos

sociais, incentivam e subsidiam a participação popular na formulação e implementação das políticas sociais)."

Após a apresentação dos conceitos de ONG, considera-se indispensável, apresentar as matrizes ideológicas dessas organizações na América Latina, que, de acordo com Schere-Warren (1995, pp. 167-170), podem ser agrupadas em quatro tendências:

- (a) "Neomarxista - Partindo de uma concepção segundo a qual a transformação social/histórica baseia-se no processo de luta de classes e na tomada de poder do Estado, as ONGs terão um papel facilitador nesta trajetória. Se é ao partido que cabe a direção do movimento de transformação, às ONGs resta um papel de educador popular, de formador de consciência de classe e de executor de programas de treinamento de lideranças políticas.
- (b) Neo-anarquista - Concebe as formas de opressão social (com especial relevo para as culturais) como múltiplas e a constituição de sujeitos como plural, de acordo com as opressões sofridas, além daquela identificada pela sua posição de classe. A transformação social é concebida a partir das mudanças que ocorrem nas bases, nas relações micro, no cotidiano, nos processos de desalienação. (...) É o que tem ocorrido, por exemplo, com grande parte dos grupos feministas, ecológicos e de cultura alternativa.
- (c) Teologia da Libertação (Cristã) - Reelabora e reinterpreta a matriz discursiva cristã com auxílio do paradigma marxista, ampliando, porém, a noção de opressão (para múltiplas formas) e substituindo o conceito de "classe dominada" pelo de "povo oprimido". Há uma valorização do saber popular (contribuição gramsciana), segundo a qual o processo de conscientização do povo resulta da troca de informações e experiências que pode ser instrumentalizada por intermédio da pedagogia do "ver, julgar e agir" das pastorais. Neste contexto, o papel das ONGs (representadas pelos agentes pastorais) é tão-somente coordenar ou estimular os grupos de reflexão.
- (d) Articulista - Parte de uma nova abordagem da totalidade, onde as esferas privilegiadas para a análise serão o Estado, o mercado e a sociedade civil. Prevê que a expansão da democracia dar-se-á a partir da organização da sociedade civil, que poderá ocorrer nas múltiplas esferas do social (comunitário, gênero, étnica, ética, etc)."

Schere-Warren (1995) acredita que é por intermédio da orientação ideológica articulista que algumas ONGs vêm assumindo um papel renovador, adequando-se ao atual momento histórico.

### 2.3 Educação do consumidor e cidadania

Na seção anterior, foi citada uma pesquisa realizada por Landim (1993) sobre o perfil das ONGs no Brasil, cujos temas mais trabalhados foram cidadania e educação, ambos desenvolvidos por meio de diversas atividades relacionadas a vários subtemas e destinados a diferentes grupos, por exemplo, mulheres, crianças, índios e outros.

Assim, como a unidade de análise desta pesquisa é uma das organizações não-governamentais de defesa e educação do consumidor - mais comumente denominadas Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor - entende-se ser importante fazer uma revisão de literatura sobre a relação entre educação do consumidor e cidadania. Antes de explicitar tal relação, é necessário tecer idéias sobre educação de um modo geral, depois, especificamente, da educação do consumidor e finalmente sobre a cidadania.

O conceito de educação é amplo, abrangendo a ação, a prática social que ocorre nas atividades humanas no âmbito das instituições sociais. De acordo com Libâneo (1992, p. 22) educação corresponde “ao processo de desenvolvimento (...) da personalidade, envolvendo a formação de qualidades humanas, (...) tendo em vista a orientação da atividade humana na sua relação com o meio social, num determinado contexto de relações sociais”.

Ainda segundo Libâneo (1992, p. 22) “é instituição social que se ordena no sistema educacional de um país, num determinado momento histórico”. Tal ordenação, entende-se, ocorre conforme o pensamento social e político vigente.

Desse modo, a educação “é processo por consistir de transformações sucessivas tanto no sentido histórico quanto no de desenvolvimento da personalidade” (Libâneo, 1992, p. 22), que acontece por meio da prática social, por sua vez sujeita a tendências pedagógicas.

De um modo geral, segundo Meksenas (1994), essas tendências são classificadas em conservadoras e progressistas. As conservadoras compreendem as pedagogias tradicional, nova e tecnicista. Já as progressistas são a pedagogia libertadora e a crítico-social dos conteúdos. A seguir, proceder-se-á a uma caracterização de cada uma delas.

Na pedagogia tradicional, o professor é a figura central no processo educativo, cabendo a ele a exposição dos conteúdos e ao aluno, apenas ouvi-lo em

silêncio. Por analogia, o professor representa uma enciclopédia e o aluno uma folha de papel em branco (Meksenas, 1994).

No processo educativo da pedagogia nova, tanto o aluno quanto o professor são importantes. O objetivo dessa tendência pedagógica é ensinar os alunos a pesquisar, para que possam aprender a forma como os conhecimentos se criam. As dinâmicas de grupo são muito utilizadas, como um meio de valorizar a experiência dos alunos. Assim como na tradicional, na pedagogia nova não são questionados, tampouco criticados, os fundamentos da vida social, mantendo-se “o objetivo de adaptar o indivíduo à sociedade para não transformá-la” (Meksenas, 1994, p. 49).

A pedagogia tecnicista tem por objetivo treinar o aluno para realizar com êxito uma tarefa demandada pelo mercado de trabalho. Neste processo não são valorizadas as aulas expositivas, nem o trabalho em grupo, razão por que o debate não é cabível. Ao contrário, valoriza-se o uso de recursos audiovisuais, textos programados ou livros didáticos que se estruturam no eixo pergunta-resposta (Meksenas, 1994).

A educação nas tendências pedagógicas progressistas é concebida segundo Meksenas (1994, p. 77) “não como forma de adaptar o indivíduo ao meio social, nem como uma forma de apenas reproduzir as desigualdades sociais, mas sim concebê-la como instrumento de transformação social”. A seguir, apresentam-se duas dessas tendências progressistas: a pedagogia libertadora e a crítico-social dos conteúdos.

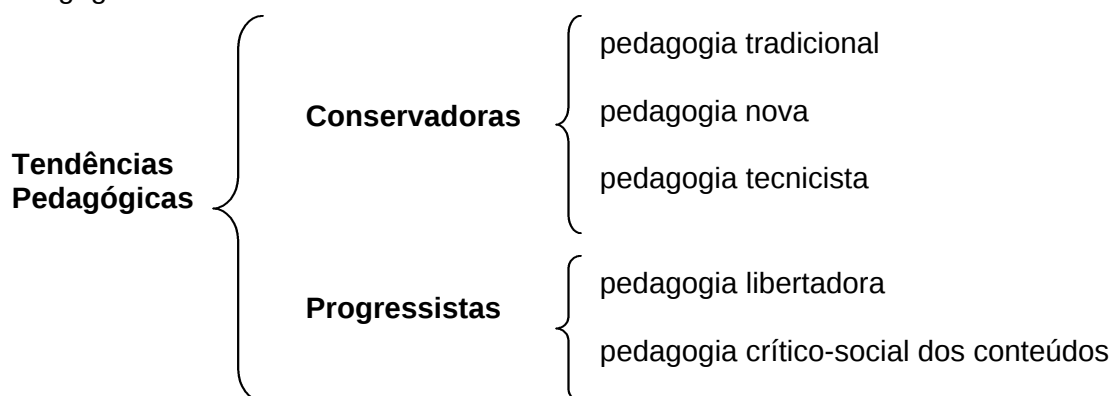
A pedagogia libertadora (pedagogia do oprimido) entende que as linhas tradicional, nova e tecnicista têm por objetivo adaptar o indivíduo ao meio social, condicionando os alunos ao aceite das desigualdades do capitalismo como fenômenos naturais. No contraponto, a proposta da pedagogia libertadora “é partir dos problemas enfrentados pelo aluno no seu cotidiano para que ele possa compreender criticamente a sua classe social de origem, de modo a ter uma prática transformadora da realidade que o cerca” (Meksenas, 1994, p. 78).

O eixo central nessa perspectiva é a relação educação-política e a prática pedagógica não parte de conteúdos elaborados, mas da problematização da vida dos trabalhadores. Nesse contexto, o professor funciona como um animador de grupo, elaborando e sistematizando o conteúdo junto com o aluno (Meksenas, 1994).

A tendência libertadora é usual em grupos de estudos dos sindicatos, dos partidos políticos, das associações de bairros, dentre outros, enquanto a pedagogia crítico-social dos conteúdos “parte do princípio de que a escola pode ser um local de

transformação social”. Nessa tendência, “defende-se que a aquisição do conhecimento não deve ter como objetivo a erudição, o saber pelo saber, mas sim a possibilidade de que o conhecimento possa ser ferramenta a mais no processo de transformação social” (Meksenas, 1994, p. 79). Outro ponto importante nessa tendência é o que defende a não limitação da educação à ação política. Nesse sentido, para que “a classe trabalhadora transforme a sociedade capitalista, é preciso também que essa classe tenha acesso ao conhecimento tradicional” (Meksenas, 1994, p. 80).

No esquema a seguir, mostra-se a divisão e subdivisão das tendências pedagógicas.



Como em todo processo educativo, o da educação do consumidor também consiste em transformações históricas e de personalidade, por meio da prática social, influenciada por tendências pedagógicas. Assim, pode-se, desenvolver a **educação do consumidor** com discursos e práticas conservadoras ou progressistas. Porém, jamais se poderá dizer que se está promovendo a **educação para o consumo** segundo uma tendência pedagógica progressista, pois **educar para consumir** segue a lógica do sistema produtivo, o que se contrapõe ao pensamento da pedagogia libertadora ou da crítico-social dos conteúdos.

O consumidor pode participar ativa ou passivamente deste processo educativo, sendo definido de um modo geral como alguém que interage com o sistema produtivo, ao adquirir bens e serviços para uso próprio. Assim, aquele que compra bens ou contrata serviços com fins industriais ou comerciais não seria considerado consumidor. Nessa perspectiva, encontram-se definições que se podem chamar de informativas/normativas e que não passam disso, por exemplo, a que consta no Código de Defesa do Consumidor. Mas, há também aquelas que trazem consigo pensamentos críticos, como é o caso das que descreve o especialista Wayne Ellwood.

No Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078/90), por exemplo, consumidor é definido como “toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final”. Definição similar é apresentada por

Garman (1993): “Consumidor é aquele que adquire bens e serviços para consumo final ou uso por uma pessoa, família ou *household*”.

Com uma linha de pensamento que transcende o informativo/normativo, Ellwood (1984), visualiza os consumidores no mundo moderno como máquinas, seres que têm como propósito absorver os bens lançados pela indústria. Segundo o autor, “aceitar o rótulo ‘consumidor’ significa não apenas aceitar as pessoas como meros atores no sistema de produção, (...) mas também aceitar os valores do próprio sistema”. Este pensamento é ilustrado por Marcuse apud Ellwood (1984, p.1), ao afirmar que “as pessoas se reorganizam em suas comodidades (...) Elas encontram suas almas em seus carros, aparelhos de *hi-fi*, casas e equipamentos domésticos”. Em outras palavras, o que Ellwood e Marcuse dizem é que há uma valorização maior dos bens (objetos) produzidos em relação ao valor humano.

Nesse contexto, Bannister (1993) destaca quatro benefícios da Educação do Consumidor para os indivíduos: confiança, ceticismo, conhecimento e longevidade.

**"Confiança.** A educação do consumidor pode instilar sentimentos de otimismo, independência e satisfação. Consumidores confiantes ganham um senso de auto-estima porque eles possuem maior controle de suas vidas. (...) Eles têm a habilidade de se adaptar às mudanças de condições no cotidiano. Eles podem, como cidadãos, corrigir indesejáveis práticas ou situações.

**Ceticismo.** Este protege os consumidores contra promoções falsas e enganosas de produtos e serviços. Uma atitude de questionamento, temperada com confiança, constroem as habilidades para ampliar e avaliar informações.

**Conhecimento.** Inclui a capacidade de absorver princípios gerais e de aplicar informações relevantes no processo de tomada de decisão relacionada ao consumo. Na prática, desempenha um papel importante na escolha do consumidor. Por exemplo, o conhecimento dos princípios de finanças pessoais promove o uso cuidadoso de recursos escassos.

**Longevidade.** Obter conhecimento e habilidades em relação a consumo é um processo que dura a vida toda, e os conceitos da educação do consumidor são transferíveis para outras situações e épocas distintas. Por exemplo, as habilidades de questionar, receber e avaliar informações, pensar criticamente e tomar a decisão crescem com o uso e nunca ficam fora de época".

Na mesma linha de pensamento apresentada por Ellwood, outros dois autores, Wells e Atherton<sup>4</sup>, apud McGregor (1999, p. 207), afirmam que “a educação do

---

<sup>4</sup> J. Wells & M. Atherton (1998) Consumer education: learning for life. *Consumer* 21. Autumn. 15-20.

consumidor beneficia a sociedade como um todo ao criar cidadãos mais ativos e mais bem informados". Com argumentos econômicos, Tuccori<sup>5</sup> (1981b, p.3) defende esta educação principalmente para os consumidores de baixa renda. São palavras do autor:

"(...) a necessidade de informar e educar o consumidor é algo necessário: o baixo poder aquisitivo da população, deixa claro que é importante que o dinheiro seja gasto de forma prudente e que não ocorra desperdícios. Caso mais da metade da renda seja gasta em alimentos é muito importante que tais gastos sejam feitos em alimentos nutritivos, em vez de alimentos de baixo valor nutritivo, que são divulgados em campanhas publicitárias".

Embora pouca gente saiba, o início do estudo formal de Educação do Consumidor no Brasil deu-se no ano de 1952, no curso de graduação em Economia Doméstica da Universidade Federal de Viçosa, de forma transversal, através de outras disciplinas (nutrição, vestuário, habitação e administração do lar), sendo que, em 1968, criou-se uma disciplina específica para tratar do tema (UFV, 1983). De lá para cá, com a expansão dos cursos técnicos e de graduação<sup>6</sup> em Economia Doméstica em alguns Estados do Brasil, a disciplina Educação do Consumidor foi acessada por um número maior de indivíduos e famílias.

O estudo informal de Educação do Consumidor, embora já viesse sendo realizado através de atividades de extensão, apenas na década de 80, tornou-se projeto permanente, através da criação do Serviço de Informação e Orientação ao Consumidor (SIOCON)<sup>7</sup> da Faculdade de Ciências Domésticas da Universidade Federal de Pelotas. Na década seguinte, um novo projeto foi implementado, o Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar (NECAF) do Departamento de Economia Doméstica (DED) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

No Brasil, o tema Consumo<sup>8</sup> para o Ensino Formal está proposto nos Parâmetros Curriculares Nacionais<sup>9</sup> (PCNs) como tema transversal, ou seja, que

---

<sup>5</sup> Pedro Tuccori foi Diretor (década de 1980) e um dos fundadores do PROCON de São Paulo.

<sup>6</sup> Os cursos de graduação em Economia Doméstica no Brasil estão localizados nos seguintes Estados: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco, Ceará, Paraná, e no Distrito Federal.

<sup>7</sup> Embora o curso de graduação em Economia Doméstica de Pelotas (RS) tenha sido extinto no final da década de 1990, o SIOCON continua funcionando.

<sup>8</sup> Na realidade o tema é Trabalho e Consumo.

<sup>9</sup> Os Parâmetros Curriculares Nacionais (PCN's) é um documento resultante de longas discussões entre especialistas de áreas diversas e professores que atuam em diferentes graus de ensino, visando proporcionar condições de mudanças positivas no atual sistema educacional brasileiro, respeitando as realidades locais dos municípios e/ou estados e/ou regiões brasileiras. Neste documento são apresentados

perpassa os conteúdos já comumente trabalhados em outras disciplinas. A importância de trabalhar o tema de forma transversal é entendida pela Secretaria de Educação Fundamental do Ministério da Educação como um "compromisso com a construção da cidadania que necessita de uma prática educacional voltada para a compreensão da realidade social e dos direitos e responsabilidades em relação à vida pessoal e à afirmação do princípio da participação política" (Brasil, 1998, p. 17).

Sobre a importância da inclusão da Educação do Consumidor nos ensinamentos formal ou informal, Moraes<sup>10</sup> & Silva<sup>11</sup> (1997, pp.23-4) argumentam:

"Enquanto os setores produtivos e de comercialização utilizam tecnologias sofisticadas e conhecimentos avançados, abrangendo psicologia, sociologia, comunicação e administração, para criar necessidades e persuadir o consumidor a comprar, este tem ficado sem orientação para atuar. As fontes a que tem acesso para conhecer, escolher e comprar os produtos de que necessita são as mesmas que o produtor e os distribuidores utilizam para promover suas vendas: as propagandas."

As especialistas entendem que o meio para informar e conscientizar o consumidor, aumentando sua eficiência nas relações de mercado, é a educação do consumidor, seja ela oferecida formalmente nas escolas, como sugere os PCNs, ou informalmente, através de organizações governamentais ou não governamentais. Um país que vem investindo na educação formal do consumidor é Portugal, o que tem sido feito por meio do Departamento de Educação do Instituto do Consumidor, incentivando a inserção da Educação do Consumidor nas Escolas daquele país, assunto sobre o qual já há livros publicados<sup>12</sup>.

Dentre as justificativas apresentadas pelo Instituto do Consumidor<sup>13</sup> (2001) de Portugal para tal iniciativa, destacam-se:

- "O assumir da consciência de consumidor desde jovem desenvolve capacidades de análise crítica, de assunção de responsabilidades, tornando-se o jovem capaz de escolhas

---

os seguintes Temas Transversais: Ética, Pluralidade Cultural, Meio Ambiente, Saúde, Orientação Sexual, e Trabalho e Consumo.

<sup>10</sup> Verônica S. P. Moraes é Economista Doméstico e uma das fundadoras do PROCON de Viçosa-MG.

<sup>11</sup> Neuza M. da Silva é Economista Doméstico com Ph.D em Economia do Consumidor e da Família.

<sup>12</sup> Têm-se conhecimento da existência de duas publicações relacionadas a Escola Formal, são eles: A Educação do Consumidor, Elementos para a sua Compreensão (Ana Clara Santos, Ana Miranda, Carlos Barbosa de Oliveira) e A Educação do Consumidor na Escola, Aspectos Práticos da Transdisciplinaridade (Correia, Cosete, Beja Santos).

<sup>13</sup> ONG de Portugal, que dentre outras atividades trabalha com a Educação do Consumidor.

- conscientes, de combater irregularidades, e de organizar e de desenvolver formas organizadas de ação solidária.
- Um jovem consumidor consciente será mais facilmente um adulto cidadão capaz de escolher e intervir socialmente, defendendo um nível e um tipo de consumo que tenha em conta a natureza, o ambiente social envolvente e os seus próprios recursos.
  - O desperdício de recursos, o sobreendividamento, as carências de todo o tipo, a fome, mas também as doenças provocadas por sobrealimentação têm vindo a aumentar, sendo essencial o desenvolvimento de uma consciência social que integre o consumerismo como uma das preocupações da educação.
  - O mercado - e o *marketing* - dirigido às crianças e jovens subverteu completamente o antigo modelo em que o consumo familiar era decidido exclusivamente pelos pais, os jovens não tendo, nessa matéria, nem voz nem dinheiro. Hoje, as crianças vão sendo progressivamente socializadas, e não só pela família como pelo "mercado", sendo menos educadas pelas instituições tradicionais (família, escola) e mais influenciadas por outras instâncias (televisão, publicidade)."

Até aqui se falou dos benefícios da Educação do Consumidor e foram citadas pesquisas e projetos relacionados a essa área, verificando-se a intrínseca relação que tem com a cidadania. Mas, o que entendem por cidadania os especialistas em Educação e, mais especificamente, em Educação do Consumidor?

Na compreensão de Demo (1992, p. 17), estudioso da Educação, cidadania é definida como "processo histórico de conquista popular, através do qual a sociedade adquire, progressivamente, condições de tornar-se sujeito histórico consciente e organizado, com capacidade de conceber e efetivar projeto próprio". Entende-se por processo, a continuidade e o movimento, isto é, a cada conquista, tem-se um novo desafio à frente. A conquista é impedida sempre que alguma força maior intervém nesse processo, ou seja, quando algo ou alguém detentor de maior conhecimento e que esteja melhor organizado, a essa pretensão se opuser.

Desse modo, cidadania não deve ser confundida com produto que se pode comprar, vender, dar ou ganhar; mas algo conquistado na prática social por meio de sujeitos que são e fazem a história de forma consciente, organizada e autônoma. Este pensamento sobre cidadania transcende o simplismo das definições reproduzidas e difundidas no cotidiano, que restringem o termo ao reconhecimento dos direitos por parte do Estado.

Bannister e Monsma - defensores da educação do consumidor - apud McGregor (1999) traçam em linhas gerais o perfil do "cidadão ideal": "o cidadão ideal

compreende o funcionamento do processo político e influencia as políticas públicas por meio de ações coletivas e individuais". Esse mesmo ideal, complementam, "pode ser aplicado ao consumidor como cidadão em relação ao ambiente onde ele toma decisões de consumo". Entretanto, segundo os mesmos autores, "poucos cidadãos-consumidores atendem a esse ideal".

Na mesma linha de pensamento que os autores anteriores, Hellman-Tuiter apud McGregor (1999), entende que a educação do consumidor "é uma forma de desenvolver uma compreensão do papel do indivíduo como cidadão em sistemas econômicos, sociais e governamentais e da maneira como influenciar estes sistemas para fazê-los atender às necessidades dos consumidores".

Essa relevância da educação do consumidor na construção da cidadania é defendida por Trimboli e Iturra<sup>14</sup> (1997), com base nos seguintes indicadores:

- (a) a educação do consumidor e a defesa de seus direitos atuam como exigências da cidadania destinada a resguardar níveis adequados de qualidade de bens e serviços. Assim, **contribuem para o crescimento das economias regionais**, que são capazes de produzir bens de qualidade para competir, tanto interna como externamente.
- (b) a educação dos consumidores **contribui para a igualdade social**, à medida que prepara e estimula a defesa dos direitos à saúde, à segurança social e dos demais direitos econômicos e sociais.
- (c) a educação dos consumidores **contribui para a defesa da qualidade ambiental**.
- (d) um movimento de consumidores, capacitados, informados, responsáveis e influentes **pode reforçar de forma considerável uma democracia participativa**.

A associação entre a cidadania e a educação do consumidor, diz McGregor (1999), fará sentido para que os consumidores se preocupem com o bem-estar da comunidade<sup>15</sup> global e com o impacto do comportamento de consumo individual e coletivo. Para que isso aconteça, a autora entende que, assim como a cidadania, o comportamento de consumo necessita de uma imagem renovada que não se baseia

<sup>14</sup> Participantes do Movimento Latino-Americano de Defesa do Consumidor (Consumers International).

<sup>15</sup> Comunidade para McGregor é um grupo de pessoas que reconhecem suas interconexões, que têm um senso de objetivo comum, que respeitam suas diferenças, que dividem responsabilidades pelas ações do grupo e que apóiam o crescimento de cada um.

simplesmente em considerações econômicas. McGregor (1999) sintetiza os seus argumentos, dizendo:

"A cultura de consumo pode ser transformada para que as pessoas sejam provocadas para saírem de seus mundos privados para a comunidade compartilhada, pública, global. Motivar os consumidores para participar no mercado como cidadãos ativos e informados tem sido sempre o objetivo da educação do consumidor e conecta-la com a educação para a cidadania é o meio de fazer desse objetivo uma realidade".

Assim, as atividades educacionais, em específico as que têm o consumidor como beneficiado, são fundamentais para que os cidadãos-consumidores passem de sujeitos passivos nas relações de consumo para ativos, críticos e solidários. Que este tema, como diz Vargas (1997), não seja relacionado apenas a problemas do mercado, mas esteja relacionado também com temas como desenvolvimento sustentável, valores éticos e superação da pobreza.

### 3 METODOLOGIA

Partindo do problema e dos objetivos levantados, entendeu-se que a adoção do estudo de caso sob o aspecto qualitativo seria o mais adequado para esta pesquisa, tendo em vista ser necessário enfatizar as especificidades do caso Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), no tocante a sua origem e a seu significado para os atores sociais envolvidos. É este o objetivo dos métodos qualitativos, de acordo com Haguete (2000).

Convém ressaltar que, não obstante a coerência mencionada, havia a vontade do autor de conhecer e trabalhar com metodologias qualitativas, o que foi entendido como um desafio. Essa experiência, apesar das limitações, foi enriquecedora já que permitiu uma aproximação maior com o caso em estudo, por ser de natureza menos formal se comparada às técnicas mais estruturadas do “survey” (Alencar, 1999).

#### 3.1 Área de estudo

A presente pesquisa foi realizada no bairro Jardim Iracema, situado na região norte do município de Fortaleza<sup>16</sup>, sendo da competência administrativa da Secretaria Executiva Regional I da Prefeitura. O bairro conta com uma população

---

<sup>16</sup> Fortaleza conta com uma população de 2.138.234 habitantes (IBGE, 2000), e possui duas divisões: uma para efeito de planejamento urbano (fisiográfica) e outra para efeitos administrativos (Secretarias Executivas Regionais). Para efeito de planejamento urbano, está dividida em 9 zonas fisiográficas (litoral da zona norte, zona norte, zona oeste, zona centro-oeste, zona centro-sul, zona leste, zona centro, litoral da zona leste e zona sul) (Falcão, 1996). Para efeitos administrativos está dividida em 6 regiões com suas respectivas Secretarias Executivas Regionais (SER): SER I, com 15 bairros; SER II, com 20 bairros; SER III, com 16 bairros; SER IV, com 14 bairros; SER V, com 15 bairros; SER VI, com 28 bairros (Prefeitura Municipal de Fortaleza, s.d.). Nos 108 bairros do Município há cerca de 307 favelas (Prefeitura Municipal de Fortaleza/SAG, 1999), ou seja, conjuntos de *habitações precárias, desordenadas, que não guardam qualquer traçado urbano, desprovidos de condições de infraestrutura, ocupando normalmente, terrenos de terceiros* (Falcão, 1996, p. 92).

estimada em 31.979 habitantes (SAG-PMF, 1999), sendo que a maioria trabalha na indústria, no comércio e no mercado informal. A outra parte da população compõe-se de desempregados ou subempregados, cuja atividade laboral restringe-se a pequenas vendas (picolé, verduras, etc.) (UMJIR, 1998).

O acesso à educação no bairro Jardim Iracema dá-se através de três escolas públicas do ensino fundamental, sendo uma estadual e duas municipais, com aproximadamente 3.642 vagas (SEB-CE, 2000). Além da falta de escolas do ensino médio da rede pública, a população é carente de serviço hospitalar, de segurança pública, de saneamento básico, de moradia, dentre outras necessidades.

### 3.2 População estudada

Em Fortaleza, no final da década de 90, foram criadas três associações de defesa do consumidor de baixa renda (ADEC, ASADEC e NDC). Das três, foi selecionada a ADEC como unidade de análise, levando-se em consideração a inexistência de vínculo da associação de consumidores com a associação de moradores, possibilitando uma análise isolada do fenômeno em pauta, visto que se tratando de associações híbridas, a análise pode ser dificultada ou prejudicada e o fato das lideranças atuais terem acompanhado o processo de sua criação.

A Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC), situada no bairro Jardim Iracema, é uma associação civil de finalidade social, sem fins lucrativos, apartidária e constituída por prazo indeterminado. Embora já estivesse funcionando com a denominação de Centro Recurso para Defesa da Cidadania (CRDC) desde 1997, fase de estruturação da entidade, através do programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR) da ONG VIDA Brasil!, passou a existir de direito em março de 1999, contando com 8 (oito) membros no conselho diretor e 7 (sete) associados plenos, perfazendo um total de 15 (quinze) membros (ADEC, 1999a).

No bairro Jardim Iracema, trabalhando com temas diferentes dos da ADEC, existem 28 (vinte e oito) entidades comunitárias que desenvolvem programas de saúde, educação infantil, creche, moradia, entre outros (SETAS, 2000). Uma dessas entidades comunitárias, a União de Moradores do Jardim Iracema (UMJIR), foi

---

o “berço” da parceria com a ONG VIDA Brasil! para o nascimento do CRDC, posteriormente, desvinculada da UMJIR.

A população estudada foi constituída por 45 participantes da Associação de Defesa e Educação do Consumidor, a ADEC. Foram tidos como participantes o conselho diretor, os associados plenos, o público atingido de forma direta, cadastrado na entidade, os técnicos do programa OCBR da ONG VIDA Brasil!, bem como pessoas que testemunharam o desenvolvimento deste, membros da UMJIR que participaram da criação do CRDC e outras tantas pessoas que, no decorrer da pesquisa, vieram a se tornar importantes colaboradores.

### 3.3 Coleta de informações

Para a coleta de informações foi utilizada a técnica da triangulação de dados, que tem por objetivo básico “abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do foco em estudo” (Trivínos, 1987, p. 138). Para isso, “parte de princípios que sustentam ser impossível conceber a existência isolada de um fenômeno social, sem raízes históricas, sem significados culturais e sem vinculações estreitas e essenciais com uma macrorealidade social” (Trivínos, 1987, p. 138). Partindo de tais princípios, a técnica foi dividida em processos e produtos centrados no sujeito, elementos produzidos por meio do sujeito e processos e produtos originários da estrutura sócioeconômica e cultural do macroorganismo social do sujeito.

#### 3.3.1 Processos e produtos centrados no sujeito

Para descrever os processos e produtos centrados nas pessoas selecionadas para esta pesquisa, coletaram-se informações a partir da história oral, de entrevistas semi-estruturadas e dinâmicas de grupo.

A história oral foi utilizada para subsidiar o levantamento da trajetória histórica da ADEC, bem como para identificar o significado desta para os seus participantes, desde o seu início em 1997, quando se chamava Centro Recurso para Defesa do Cidadão (CRDC). Consistiu de entrevistas gravadas, com perguntas direcionadas, porém não estruturadas, com pessoas-chave que participaram da vida

do CRDC e participam agora da ADEC. Apesar de ser o gravador um instrumento técnico, com cinco dos entrevistados não foi possível a utilização deste equipamento, que se tornou um empecilho para obtenção de informações. Assim, nesses cinco casos, foram feitas algumas anotações no momento da entrevista, seguidas da reconstituição das respostas fora do local da pesquisa, algumas horas depois. Todas as entrevistas foram marcadas com antecedência, por meio de contato pessoal com um conhecido do entrevistado e/ou por telefone. O gravador só foi usado com a aquiescência do entrevistado.

Sob a forma de história oral, foram entrevistadas dezoito pessoas, divididas nas seguintes categorias: sete membros do conselho diretor da ADEC, uma sócia-plena, esposa de um dos membros do conselho diretor e acompanhante de todas as fases da evolução da ADEC, duas pessoas participantes da fase em que a associação se chamava CRDC; uma pessoa, membro da diretoria da União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR), no período em que o CRDC ali funcionava, uma ex-coordenadora de um dos programas da ONG VIDA Brasil!, também acompanhante do processo de criação do CRDC e posteriormente da ADEC, dois membros (a coordenadora e a técnica) do Programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR) da ONG VIDA Brasil! e quatro pessoas atendidas de forma direta pela ADEC, através de oficinas educativas, selecionadas para participação nesta pesquisa, durante a realização da reunião com o público atendido pelas oficinas da entidade.

O tempo médio das entrevistas foi de 50 minutos, sendo que o menor tempo foi de 20 minutos e o maior de 120. O uso desta técnica justifica-se pela ausência de informações de fonte secundária que relatem a história do CRDC e da ADEC (Haguete, 2000).

A entrevista consistiu na interação social entre o entrevistador e o entrevistado, em que o primeiro buscou informações do segundo, utilizando um roteiro de entrevista coerente com o problema e os objetivos. O tipo de roteiro de entrevista utilizado nesta pesquisa foi o semi-estruturado, escolha que teve o propósito de favorecer acréscimo de novos pontos que possibilitassem maior compreensão da problemática durante a entrevista (Haguete, 2000).

As dinâmicas de grupo foram realizadas em dois momentos, nos dias 30 e 31 de março de 2001, em locais diferentes. Foram realizadas duas reuniões com pessoas atendidas de forma direta pela ADEC, através de oficinas educativas. Assim, partindo-se de listas disponibilizadas pela ADEC, com nome e endereço de todas as pessoas atendidas pela entidade, juntamente com a coordenação executiva desta,

utilizou-se a seguinte estratégia: seleção de dois prédios em áreas diferentes e opostas do bairro, tendo como justificativa a proximidade das residências dos participantes das oficinas. Um dos espaços foi o salão da Capela de Santo Antônio, localizado na Rua Tulipa; o outro foi um local chamado Projeto, na Rua Maria Clara. Elaborou-se um convite para os participantes da reunião-pesquisa que, por recomendação da coordenação executiva da ADEC, se estendia à participação de uma palestra sobre **Cuidados na Compra de Alimentos**, a ser proferida pelo próprio pesquisador. Foram enviados convites para todas as sessenta e uma pessoas constantes da lista fornecida pela ADEC, dos quais vinte e cinco foram enviados pelo correio e trinta e seis entregues em mãos. Desse total, trinta pessoas foram convidadas para assistir à reunião no salão da Capela e trinta e uma pessoas, no espaço denominado Projeto.

À primeira reunião, no dia 30 de março, compareceram doze pessoas, sendo apenas duas destas convidadas pelo pesquisador. As demais pessoas vieram a convite das convidadas, o que tornou inviável a realização de algumas técnicas que haviam sido planejadas, visto que a grande maioria não fazia parte da população da pesquisa. Mesmo assim, realizou-se a reunião, ocasião em que se buscaram informações sobre o conhecimento delas acerca da existência da ADEC, bem como as demandas do bairro. A essa reunião, casualmente, compareceram três ex-membros do CRDC, todos considerados “testemunhas ideais”<sup>17</sup> para esta pesquisa, visto que não participavam mais da entidade. Duas das três pessoas, foram contatadas posteriormente para realização de entrevista em profundidade.

Da segunda reunião, no dia 31 de março, participaram vinte e uma pessoas, das quais quatro não foram convidadas. Ao contrário da primeira reunião, nessa foi possível a realização de todas as dinâmicas planejadas (apresentação dois a dois; bater o bumbo; Phillips 66). O uso de dinâmicas de trabalho com grupo ocorreu na reunião de um grande número de pessoas, em que, partindo de um tema gerador (problematização), buscaram-se informações dos participantes, em pequeno espaço de tempo, se comparada, por exemplo, à entrevista em domicílio. No desenvolvimento das técnicas, o pesquisador-facilitador, após apresentar-se e aludir ao objetivo de sua pesquisa, utilizando-se de linguagem clara, convidou as pessoas presentes a participarem da pesquisa, não tendo havido nenhuma resistência por parte dos convidados.

---

<sup>17</sup> “Testemunhas ideais” é um termo utilizado para categorizar aquelas pessoas que constituem importantes personagens de pesquisa, pois participaram da história de uma coletividade e estão livres da relação que as ligavam anteriormente, o que os deixa à vontade para falar do passado.

A primeira dinâmica utilizada foi a **apresentação dois a dois**, que consistia em formar duplas, identificadas pelos números 1 e 2. Durante aproximadamente três minutos, o número 1 entrevistou o número 2, obtendo informações, como nome, bairro em que mora, profissão, estado civil, dentre outras. Depois a companheira número 2 fez o mesmo que a número 1. A dinâmica foi desenvolvida de modo que todos se apresentassem, inclusive o pesquisador e as estudantes que auxiliaram na facilitação das técnicas. Depois que todos os números 1 e 2 realizaram a entrevista, foi a vez de no grupão, cada um fazer a apresentação de sua companheira aos demais (Pereira, 2000). O tempo total para a realização desta técnica foi de aproximadamente quarenta minutos. Os objetivos desta técnica visaram deixar as participantes descontraídas e obter informações úteis para traçar um perfil geral das convidadas.

A segunda dinâmica utilizada, com algumas adaptações, foi a denominada **bater o bumbo**, que consistiu no seguinte: os participantes em semicírculo, responderam a seguinte questão “Se vocês tivessem que reclamar, o que diriam e a quem diriam?”. O pesquisador-facilitador representou o ouvidor das reclamações; as reclamações foram anotadas em um papelógrafo (papel com dimensões aproximadas de 1,20 m x 0,90 m, onde se anotaram as informações) por uma das assistentes, enquanto a outra tomava nota de detalhes das falas. Essa dinâmica foi aplicada com o objetivo de identificar as necessidades locais e o tempo utilizado foi de aproximadamente 40 minutos.

A terceira e última dinâmica utilizada, com algumas adaptações, foi a **Phillips 66**, que consistiu em formar quatro grupos de trabalho para falar sobre a importância da ADEC para a vida dos participantes e de suas famílias, ou seja, “o que significa a ADEC para os participantes?”. Três grupos foram compostos por pessoas que constavam da lista de participantes e um, por pessoas não constantes da referida lista, ou seja, que nunca haviam sido atendidas pela ADEC. Na realidade, a idéia era trabalhar apenas com os que haviam participado de alguma atividade realizada pela Associação, porém, compareceram à segunda reunião quatro pessoas que não conheciam a entidade em estudo, a convite de alguns participantes. Assim, formou-se em separado, um grupo composto pelos que não tinham conhecimento da existência da ADEC. Este grupo e o da primeira reunião foram importantes para se verificar a visibilidade da ADEC no bairro. Depois das exposições de idéias em grupos de trabalho, um representante de cada grupo fez uma síntese oral, auxiliado por um papelógrafo. À medida que foram sendo apresentados os resultados dos trabalhos, o pesquisador-facilitador solicitava esclarecimentos sobre os pontos obscuros, obtendo

assim informações novas ou complementares. As auxiliares de facilitação de trabalho em grupo, paralelamente às apresentações e discussões, fizeram anotações, procurando reproduzir fielmente o que era falado. O tempo total gasto para a execução dessa dinâmica foi de aproximadamente 45 minutos. A técnica Phillips 66, de acordo com Pereira (2000), segue as seguintes normas:

- "1. A divisão dos grupos pode ser feita tomando-se como critério a proximidade dos participantes.
2. Cada membro do grupo terá um tempo limitado para expor sua idéia a respeito do problema. Ninguém deve invadir o tempo do companheiro.
3. O coordenador deve dar a palavra a um por um dos companheiros e controlar o tempo da fala de cada um.
4. Durante a fala dos colegas não haverá debate. Não haverá também nenhuma crítica às colaborações. Cada pessoa deve expressar sem medo o seu pensamento.
5. O número de participantes de cada grupo não deve passar de seis elementos."

Para agilizar a aplicação das dinâmicas de trabalho em grupos durante as reuniões, foram treinadas quatro auxiliares de pesquisa voluntárias (estudantes do curso de graduação em Economia Doméstica da Universidade Federal do Ceará), reconhecidamente úteis na realização da pesquisa, tendo em vista a necessidade de pessoas que tomassem nota das informações obtidas durante o desenrolar das técnicas, o que seria impossível para o pesquisador-facilitador, cujas tarefas precípuas eram coordenar as discussões e atentar no que era falado. O uso do gravador a princípio foi cogitado, mas verificou-se que, nesse tipo de evento – reunião –, dada a participação de um grande número de pessoas, ele não seria eficaz.

### 3.3.2 Elementos produzidos pelo meio do sujeito

Foram considerados elementos produzidos pelo meio do sujeito os documentos elaborados pela ADEC: estatuto, ata de fundação, fotos, impressos diversos (jornal, folders, etc.), relatórios e cadastro das pessoas atendidas através de oficinas educativas.

### 3.3.3 Processos e produtos originados da estrutura sócio-econômica e cultural do macroorganismo social do sujeito

Nesta seção da análise, foram considerados elementos produzidos pelo macroambiente do qual a ADEC faz parte, buscando-se suporte teórico na literatura referente aos Movimentos de Consumidores, ONGs, Educação do Consumidor e Cidadania.

### 3.4 Roteiro para a coleta de informações

De acordo com Alencar (1999), o roteiro é útil, pois orienta o pesquisador na coleta de informações sobre o tema. Este deve ser flexível, para não restringir o surgimento de novas informações esclarecedoras, como afirma Pereira, apud Alencar (1999).

Nesse contexto, do roteiro utilizado para a coleta de informações constaram itens considerados relevantes para a obtenção de informações necessárias e, assim, alcançar os objetivos propostos, a saber: a história da ADEC, sua origem e atuação ao longo do tempo, bem como seu significado para seus participantes.

### 3.5 Tratamento das informações

Todas as informações provenientes de entrevistas, incluindo as gravadas, foram registradas por escrito. No caso específico das gravações, sempre que possível, eram ouvidas antes da próxima entrevista. No caso de impossibilidade do uso do gravador, faziam-se anotações, basicamente palavras e frases-chave que facilitavam na recordação das informações obtidas pelo pesquisador durante a entrevista.

Com relação às anotações obtidas durante a realização das dinâmicas de trabalho com grupo, estas foram enriquecidas com um recordatório escrito feito pelo pesquisador. Nesse caso, contou-se com anotações oriundas das assistentes de pesquisa e dos participantes das dinâmicas. Para organizar todas as informações,

estas foram agrupadas de acordo com cada objetivo proposto durante a aplicação das técnicas e, em seguida, lidas e reestruturadas para posterior análise.

Os documentos produzidos pela ADEC, como relatórios, estatutos, dentre outros, foram pré-selecionados, separando-se o que seria útil à pesquisa. O segundo passo foi ler os documentos, destacando os pontos mais relevantes. Em seguida, foram classificados e agrupados em envelopes de acordo com o tipo de informação. Essa forma de organização facilitou as consultas no momento de escrever a tese, considerando que, embora se tivesse evitado excesso de informações, acumulou-se uma grande quantidade de documentos.

Todas as informações obtidas foram analisadas, levando-se em conta os objetivos e as categorias previamente definidas, ou seja, o que se referia à história da ADEC foi organizada em uma pasta, o mesmo acontecendo com as referentes ao significado da Associação para os seus participantes. A partir da divisão por objetivos, procedeu-se às subdivisões por categoria de participante. Por exemplo, membros da diretoria foram agrupados separadamente da categoria “testemunhas ideais”.

O ato de organizar as informações referentes ao significado da ADEC foi facilitado pela prévia divisão em categorias, ou seja, membros-fundadores, público atendido, testemunhas da história e membros do programa OCBR. O mesmo não aconteceu com a seção história, pois, após leituras do material coletado, verificou-se a necessidade de dividir a história em fases, o que requereu uma mudança na forma de organização, em que as informações passaram a ser agrupadas em tópicos.

A análise das informações foi acontecendo paralela à construção do relatório da pesquisa, que foi reelaborado por diversas vezes tendo como objetivo a coerência entre as análises e os resultados de forma consistente e madura.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 Percurso histórico da ADEC

A construção da história da Associação de Defesa e Educação do Consumidor (ADEC) contou com a colaboração de diversos atores sociais que estão ou estiveram a ela ligados. Tais atores podem ser assim definidos:

- (a) diretores, ex-diretores, ex-membros do grupo de donas de casa e participantes de oficinas educativas da ADEC;
- (b) ex-diretor da União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR)<sup>18</sup>;
- (c) técnica<sup>19</sup> do programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR), e ex-coordenadora<sup>20</sup> do programa Educação Nutricional e Alimentar (ENA) da ONG VIDA Brasil;
- (d) coordenadora do Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar (NECAF)<sup>21</sup>.

---

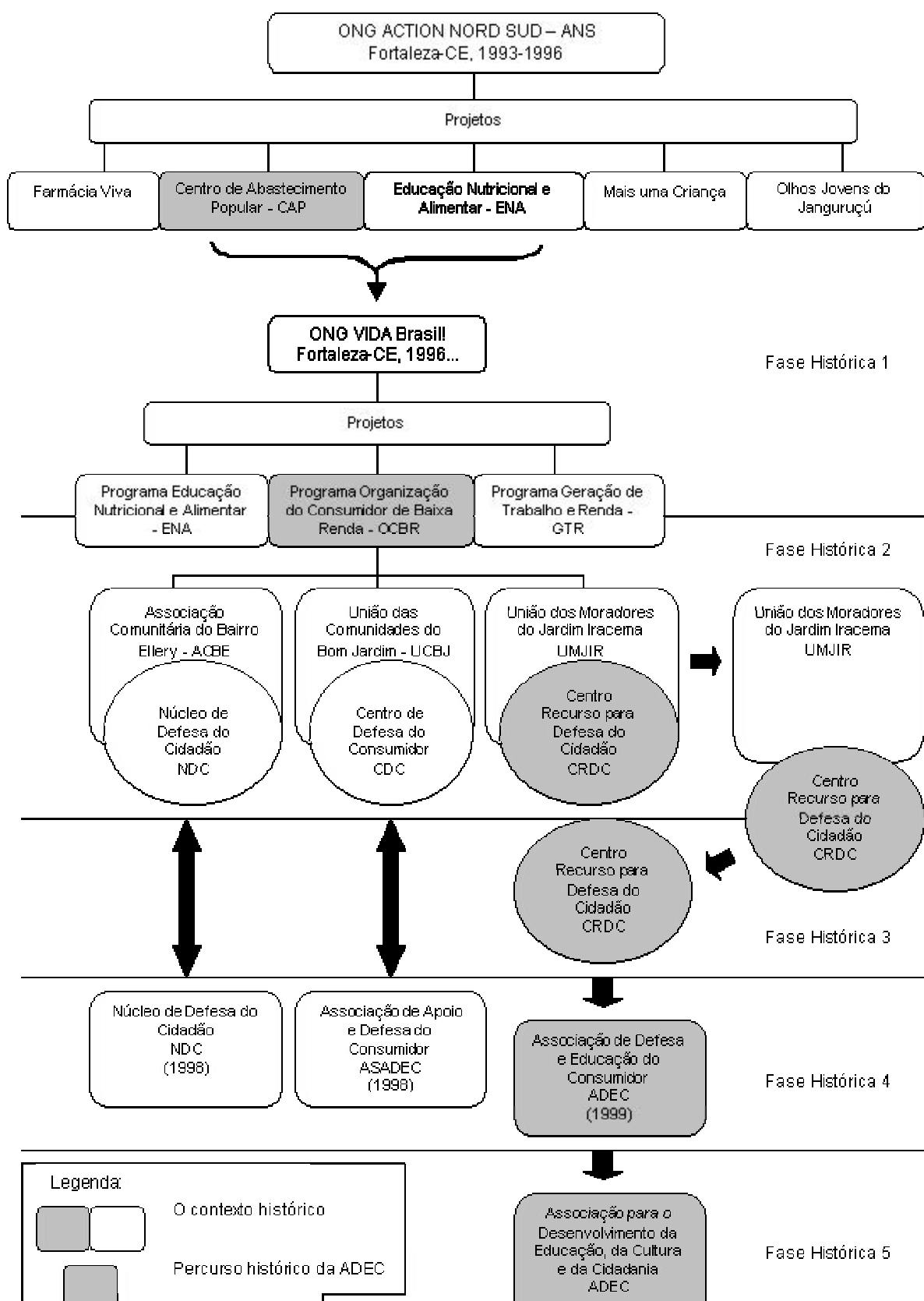
<sup>18</sup> Presidente da UMJIR na época em que foi criado o Centro Recurso para Defesa do Cidadão (CRDC).

<sup>19</sup> Ex-coordenadora e atual técnica do programa.

<sup>20</sup> Participou das atividades da ONG VIDA Brasil nas fases 1, 2 e 3.

<sup>21</sup> Núcleo de Extensão do Departamento de Economia Doméstica (DED) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

Visando facilitar o entendimento do percurso histórico da ADEC, este foi dividido em cinco fases, conforme se pode visualizar na figura 2.



#### 4.1.1 Fase 1: antecedentes históricos da Organização do Consumidor de Baixa Renda - OCBR (1993-1996)

Para entender melhor o processo de criação da ADEC, fez-se necessário conhecer os antecedentes históricos do programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR)<sup>22</sup>, a começar pela ONG Action Nord Sud (ANS)<sup>23</sup>.

A ANS começou seu trabalho em Fortaleza em agosto de 1993, com o objetivo de apoiar os setores populares menos favorecidos. A referida ONG, de origem francesa, “trabalhava em parceria com grupos comunitários organizados, instituições governamentais e não governamentais e cidadãos” (ANS, 1995), desenvolvendo os seguintes projetos:

- (a) Educação Nutricional e Alimentar – formadora de agentes para a função de multiplicadores em seus bairros;
- (b) Centros de Abastecimento Popular – responsável pela formação de grupos de famílias de um mesmo bairro para fazer compras, em grande quantidade, de produtos de primeira necessidade (gêneros alimentícios, produtos de limpeza, higiene, entre outros);
- (c) Farmácia Viva - produtora e distribuidora de remédios preparados com plantas medicinais;
- (d) Mais Uma Criança – responsável pela criação de cardápios adequados para as crianças e educação alimentar para as suas famílias;
- (e) Olhos Jovens do Janguruçu – responsável por ações de resgate da cidadania, com um grupo de jovens ligados à catação de lixo.

No ano de 1996, a ANS encerrou suas atividades no Brasil como executora de projetos. Alguns dos seus técnicos, aproveitando-se da experiência desenvolvida nesses dois projetos, o de Educação Nutricional e Alimentar (ENA) e o

---

<sup>22</sup> Programa desenvolvido pela ONG “Valorização do Indivíduo e Desenvolvimento Ativo” (VIDA) Brasil!.

dos Centros de Abastecimento Popular (CAP), criaram, em junho do mesmo ano, a ONG VIDA Brasil!. Esta nova Organização, tendo o suporte das instituições francesas Handicap International (HI) e Action Nord Sud (ANS)<sup>24</sup>, desenvolveu projetos em Salvador (BA) onde está localizada a matriz, e em Fortaleza (CE), onde está a filial.

A **HI** e a **ANS** são o que Schere-Warren (1995) e Menescal (2001) chamam de agentes de cooperação financeira cujo objetivo é financiar projetos a serviço das bases populares em países do Terceiro Mundo, por exemplo, o Brasil. Ao terem acesso ao financiamento, as ONGs seguem orientações político-normativas dos doadores (Schere-Warren, 1995).

No caso da ONG VIDA Brasil!, entende-se que esta segue duas dessas orientações, sendo uma na perspectiva desenvolvimentista e outra de cunho democratizante. A orientação desenvolvimentista entende que através de um processo educacional pode-se reduzir a defasagem de desenvolvimento dos povos do Terceiro Mundo. Já a orientação democratizante visa à construção de direitos de cidadania a partir de grupos comunitários, incluindo questões de gênero, de etnia, dos menores abandonados, dentre outras (Schere-Warren, 1995).

Nesse contexto, a VIDA Brasil! desenvolve, dentre outros, os seguintes projetos: programa Educação Alimentar e Nutricional (ENA), já desenvolvido na ANS; programa Geração de Trabalho e Renda (GTR); programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR), criado a partir principalmente da experiência adquirida nas atividades de **Educação para o Consumo e Cidadania** desenvolvidas no extinto projeto Centro de Abastecimento Popular (CAP).

Para entender melhor a criação do programa OCBR, é preciso conhecer o seu antecessor, o CAP. Conforme relato da coordenadora do Núcleo de Educação do Consumidor e Administração Familiar (NECAF), o CAP era desenvolvido nos bairros Vila Ellery, Bom Jardim, Jardim Iracema e Tancredo Neves, através de parcerias com as seguintes organizações comunitárias: Associação Comunitária do Bairro Ellery (ACBE), União das Comunidades do Bom Jardim e Adjacências (UCBJA), União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR) e uma Organização Comunitária do Tancredo Neves.

O referido projeto, relatou a coordenadora do NECAF, "consistia em vender cestas básicas a preço de custo para os moradores dessas comunidades". Este sistema, de acordo com a ANS (1995), era "uma forma de organização que podia

---

<sup>23</sup> ONG de origem francesa.

<sup>24</sup> A ANS não deixou de existir, apenas mudou o seu papel de financiadora-executora, para apenas financiadora (ou doadora).

ajudar a resolver, parcialmente, o problema da má alimentação em qualidade e em quantidade", tendo por objetivo "formar e capacitar os movimentos populares na prevenção da má nutrição".

Em tal sistema, são visíveis as características de um projeto que segue orientação "político-normativa desenvolvimentista" (Shere-Warren, 1995), características que se encontram em expressões como "resolver parcialmente o problema" e "formar e capacitar os movimentos populares" de forma preventiva.

No ano de 1994, o projeto CAP, por sugestão dos agentes financiadores, introduziu entre suas atividades a Educação para o Consumo. O novo conteúdo que se somaria ou perpassaria a Educação Alimentar e Nutricional, de acordo com a coordenadora do NECAF, tornou-se necessário a partir da demanda dos participantes do projeto por informações para tomar melhores decisões nos atos de seleção e compra dos produtos alimentícios.

A partir dessa demanda, conforme o relato apresentado, o NECAF foi contatado para capacitar os participantes do projeto CAP sobre "Noções de Educação para o Consumo", vindo a se tornar um dos influenciadores na criação do programa OCBR, como poderá ser melhor compreendido no decorrer da história.

"(...) fomos contatadas pela ONG e após visitas e diagnóstico da comunidade, fizemos então um projeto para trabalhar com a comunidade participante do (...) CAP. A nossa meta final era integrar toda a comunidade no projeto de educação para o consumo".  
(coordenadora do NECAF)

Neste relato, dois pontos chamam a atenção. O primeiro é a expressão "educação para o consumo" que, apesar de sutil, entende-se ter significado diferente de "educação do consumidor". Sobre isso, SILVA (2001) diz:

"Na educação do consumidor, trabalha-se a idéia de autonomia, de auto-defesa do consumidor, fornecendo subsídios teóricos e práticos para o desenvolvimento do ser crítico. Já a educação para o consumo, segue a lógica do mercado e é aprovado por este, resumindo-se em fornecer informações superficiais."

Assim, a educação para o consumo refere-se à ação de educar para consumir, enquanto a educação do consumidor<sup>25</sup> envolve ação e reação, sendo o conhecimento a peça-chave para a autodefesa do consumidor nas relações de consumo, ou seja, na relação consumidor *versus* fornecedor.

O segundo ponto que chama a atenção refere-se ao estabelecimento da meta de "integrar todos os participantes do CAP no projeto de educação para o consumo", ou seja, esta expressão traduz o resultado quantitativo esperado. Assim, se tal resultado fosse atingido, o projeto seria considerado eficiente. Sobre isso, Schere-Warren (1995) afirma que a eficiência, representada geralmente por metas quantitativas, tem sido cada vez mais exigida das ONGs pelos agentes internacionais, ou seja, pelos doadores. A partir das informações coletadas, pode-se afirmar que o CAP era uma mistura de cooperativa de consumo e espaço educativo para capacitação de seus participantes em relação aos temas "Educação Alimentar e Nutricional" e "Noções de Educação para o Consumo", embora não tivesse personalidade jurídica.

Entretanto, para que o projeto CAP desse continuidade às suas atividades, ou seja, venda de cestas básicas a preço acessível, deveria incrementá-las cada vez mais. Ainda assim, bastaria uma mudança na política econômica do governo favorável à população de baixa renda para inviabilizar o projeto. Foi o que aconteceu, como relatou uma participante da diretoria da ADEC:

“Quando veio o Plano Real, que a inflação tinha caído, não tinha mais vantagem em estar comercializando aqueles produtos. (...), pois as pessoas não tinham mais vantagem de estar comprando lá e não comprando no supermercado.”

Assim, o crescimento econômico que vinha acontecendo desde julho de 1994, quando do lançamento do Plano Real pelo governo brasileiro, com características de um plano ortodoxo - controle da inflação sem congelamento de preços -, tornou injustificável a manutenção do CAP, visto que as classes de renda mais baixa tiveram um incremento real expressivo nos salários e, em particular, no valor do salário mínimo, que passou de R\$ 64,79 em julho de 1994 para R\$ 100,00 em maio de 1995 (Fazenda, 2001). Ao mesmo tempo, observou-se um reduzido crescimento no preço da cesta básica, cujo valor, tomando-se como referência o Procon/Dieese, era, em primeiro de julho de 1994, de R\$ 106,95, passando, em primeiro de fevereiro de 1996, para R\$ 107,29 (Fazenda, 2001). Esses dois fatores,

ou seja, aumento expressivo do salário e reduzido do preço da cesta básica, proporcionou aos trabalhadores de baixa renda uma elevação do seu poder aquisitivo. Sendo eles o público atendido pelo CAP, o fato ocasionou a extinção desse programa em 1996.

Diante da extinção do CAP, a sua administradora elaborou um novo projeto, como relatou uma ex-integrante das ONGs ANS e VIDA Brasil!:

“(...) diante da crise, sem saber o que seria desenvolvido, a administradora do projeto, após participar de um evento nacional de consumidores, achou que seria importante a criação do Programa Organização do Consumidor de Baixa Renda.”

No relato, identifica-se o Movimento Brasileiro de Defesa do Consumidor (evento nacional de consumidores) como um dos elementos influenciadores na criação do programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR), em Fortaleza-CE. O contato com as entidades que compõem tal movimento ocorreu durante o II Encontro Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (ENEDEC)<sup>26</sup>, como complementou a coordenadora do NECAF:

“Em outubro de 1996, realizou-se em Curitiba, o II ENEDEC ... Nesse evento, convidamos a administradora do CAP.”

Identifica-se, pelo relato, que a participação da administradora do extinto CAP no ENEDEC se deu por intermédio do NECAF, este entendido como outro elemento influenciador na criação do programa OCBR por meio de suas capacitações sobre “Noções de Educação para o Consumo”, destinadas ao público do CAP. A respeito dessa influência, assim relatou um membro da diretoria da ADEC:

“(...) aproveitando a experiência que eles já tinham tido com a coordenadora do Núcleo de Educação do Consumidor da UFC de estar passando durante essas atividades do ENA e do CAP (...) oficinas e peças de teatro de bonecos sobre o Código de Defesa do Consumidor (...). A partir daí surgiu essa idéia de trabalhar com os CRCs, que eram os Centros de Recursos para a Cidadania, que tinha como objetivo principal a questão da defesa do consumidor.”

---

<sup>25</sup> Sobre esta perspectiva de Educação do Consumidor, também escreveram Vargas (1997), Trímboli e Iturra (1997) dentre outros autores.

<sup>26</sup> O II ENEDEC, após alguns anos sem acontecer, foi realizado em Curitiba no ano de 1997, tendo reunido entidades cíveis de diversos Estados do Brasil. Nesse evento também foram realizadas as primeiras discussões para a criação de um Fórum Nacional das Entidades de Defesa do Consumidor (FNECDC).

Dessa forma, da soma dessas experiências vivenciadas pela administradora do CAP, foi possível criar o programa OCBR, um projeto com orientações político-normativas, “desenvolvimentistas” e “democratizantes”, sendo a sua matriz ideológica o que Schere-Warren (1995) classifica como “articulista”<sup>27</sup>. Esse programa, como o próprio nome diz, tem como objetivo a organização do consumidor de baixa renda, traduzido como organização da sociedade civil de baixa renda.

A organização do consumidor deu-se por meio da criação, em três bairros<sup>28</sup> da periferia de Fortaleza, do que se denominou Centro Recurso para a Cidadania (CRC)<sup>29</sup>. O funcionamento desses centros, como explica Cruz (1997, p. 18), faziam, ou deveria fazer, de acordo com o projeto do programa OCBR, o seguinte:

“(...) lideranças comunitárias capacitadas como fonte de um serviço de orientação e informação registram reclamações, mediam audiências conciliatórias no próprio bairro, desenvolvem um banco de dados e oferecem oficinas e cursos de educação do consumidor. Com a colaboração de grupos de donas de casa, realizam pesquisas de preços e de qualidade de produtos e serviços no mercado local, como parte do trabalho de sensibilização do público local.”

Os CRCs, como pode-se observar pela citação, eram uma mistura de **espaço educativo**<sup>30</sup> e **procon**<sup>31</sup>, criados em parceria com as lideranças comunitárias dos bairros onde foram implantados. Tal estratégia de desenvolver projetos criando-se parcerias com lideranças locais para difundir<sup>32</sup> ações é característica dos trabalhos de extensão (Fonseca, 1985) realizados por organizações governamentais e não-governamentais. Essas lideranças foram em bom número aproveitadas do antigo

<sup>27</sup> Esta matriz ideológica identificada em ONGs da América Latina, “prevê que a expansão da democracia dar-se-á a partir da organização da sociedade civil, que poderá ocorrer nas múltiplas esferas do social (comunitário, gênero, étnica, ética, etc.)” (Schere-Warren, 1995).

<sup>28</sup> Os bairros atingidos pelo programa OCBR eram os mesmos em que o CAP trabalhava, com exceção do Tancredo Neves.

<sup>29</sup> Nome genérico dado aos centros de cada bairro.

<sup>30</sup> Espaço educativo, desenvolvendo atividades como oficinas e cursos.

<sup>31</sup> Os serviços prestados pelos CRCs que identificam-se com o do PROCON são orientação e informação, registro de reclamações e mediação de audiências conciliatórias.

<sup>32</sup> De acordo com Fonseca (1985) a dinâmica do processo extensionista se utilizou do modelo difusionista - difundir idéias, informações etc - através de líderes das comunidades rurais. Um problema apontado pela autora no uso desse modelo no Brasil é que nem sempre é empregado tendo por base as demandas da população local, como aconteceu no país de origem, os Estados Unidos.

projeto CAP, acreditando-se que tal proveito se deu pelo conhecimento que os mesmos já tinham da dinâmica de trabalho da ONG VIDA Brasil!.

O primeiro CRC foi criado em 1996 no bairro Villa Ellery e denominado NDC (Núcleo de Defesa do Cidadão); os outros dois foram criados posteriormente, como relatou a coordenadora do NECAF:

"Com o bom andamento do núcleo do bairro Ellery, os outros bairros se animaram, assim foi que em 15 de janeiro de 1997 foi instalado o Núcleo de Apoio ao Cidadão – NAC – do bairro Bom Jardim e adjacências e, logo em seguida, em 11 de março de 1997, foi (...) criado o CRDC – Centro Recurso para a Defesa da Cidadania (...)."

Assim, os CRCs foram criados cada um a seu tempo (ver quadro 1), sendo que, apenas após verificar a viabilidade do primeiro, aconteceu o incentivo por parte do programa OCBR para a criação dos demais, sendo o CRDC<sup>33</sup> o último a ser criado.

Quadro 1 - Cronograma de criação dos CRCs

| <b>Data</b>     | <b>Nome do CRC</b>                             | <b>Entidade parceira</b>                                  |
|-----------------|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Outubro de 1996 | Núcleo de Defesa do Cidadão (NDC)              | Associação Comunitária do Bairro Ellery (ACBE)            |
| Janeiro de 1997 | Núcleo de Apoio ao Cidadão (NAC)               | União das Comunidades do Bom Jardim e Adjacências (UCBJA) |
| Março de 1997   | Centro Recurso para Defesa da Cidadania (CRDC) | União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR)             |

A segunda fase tratará, especificamente, da implantação do CRDC no bairro Jardim Iracema.

#### 4.1.2 Fase 2: criação do Centro Recurso para Defesa da Cidadania – CRDC (1997-1998)

<sup>33</sup> Precedente da ADEC.

Esta fase da história da ADEC tem como marco a implantação do CRDC em 11 de março de 1997, como resultado da parceria entre a União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR)<sup>34</sup> e o programa Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR) da ONG "Valorização do Indivíduo e Desenvolvimento Ativo" (VIDA Brasil!).

A UMJIR, de acordo com um de seus fundadores, desde a sua criação vem se preocupando com o resgate da cidadania, sendo que, na época de sua fundação, este termo era traduzido como qualidade de vida do bairro, o que para ele, significava lutar por alguns objetivos tais como: educação de qualidade, pública e gratuita; saúde; emprego e renda; cultura, lazer e esporte; transporte; habitação e comunicação como mecanismo para que a informação circule dentro e fora do bairro, partindo dos interesses da população.

Foi nesse contexto, segundo o entrevistado, que o departamento de Defesa do Cidadão<sup>35</sup> da UMJIR recebeu o projeto CRDC. Ao falar do projeto, durante a entrevista, não conseguia separar este do departamento da entidade, era como se os dois fossem um só. A mesma coisa não pensavam os Agentes de Desenvolvimento Local (ADLs)<sup>36</sup>, como será observado no desenvolver deste trabalho.

Entretanto, como relatou um membro da diretoria da ADEC, o CRDC enfrentou alguns percalços logo no início de sua criação. Participantes do extinto CAP e da UMJIR discutiram com os integrantes do programa OCBR a viabilidade do novo projeto no bairro mas, sem motivo identificado, acabaram por se dispersar. Assim, com o financiamento aprovado pelo agente de cooperação internacional, não havia pessoas para fazer o "barco navegar".

"Um grande número de pessoas que foram do CAP, mais as pessoas da associação da UMJIR, (...) moradores do Jardim Iracema, foram aproveitadas para isso (...). Daí, esse grupo, não sei por que motivo, se desfez, mas as pessoas enquanto membros da associação, para que o projeto continuasse, já que a VIDA Brasil (...) estava com o financiamento aprovado (...), não tinha sentido parar no meio do caminho. Nessa ocasião, é que foram indicados eu e outro ADL."

<sup>34</sup> A União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR) está localizada desde a sua fundação em 11 de março de 1983, na Rua Arimatéia Cisne, número 34, no bairro Jardim Iracema, tendo completado, no ano de 2001, 18 anos de atividade, sendo a entidade comunitária mais antiga do bairro.

<sup>35</sup> A estrutura organizacional da UMJIR é composta de Diretoria Executiva, com 9 membros (presidente, 2 vice-presidentes, tesoureiro, 2 vice-tesoureiros, secretário, 2 vice-secretários); Conselho Fiscal, com 9 membros (presidente, 4 secretários, 4 suplentes) e departamentos (educação, saúde, emprego e renda, criança e adolescente, mulher, comunicação e cultura, esporte e defesa do cidadão). O CRDC ao ser criado foi atrelado ao Departamento de Defesa do Cidadão da entidade.

<sup>36</sup> Nome dado pelo programa OCBR aos dois líderes locais que gerenciavam o projeto CRDC.

Os ADLs, entraram no CRDC, portanto, para coordenar a execução de um planejamento realizado pelo grupo articulado inicialmente e que acabou não assumindo o trabalho. Sobre isso, o membro da diretoria da ADEC relatou:

"Fruto do trabalho com esse primeiro grupo articulado, a coordenadora do OCBR já trouxe para o encontro comigo e com o outro ADL um esboço de um planejamento, que já contemplava a inauguração do Centro, além de algumas oficinas de capacitação, que aí, eu lembro, (...) a primeira que a gente fez foi como criar ou como aplicar oficinas de direitos humanos e (...), ao final (...), nós tivemos o primeiro contato com a educação do consumidor."

Dar continuidade ao trabalho iniciado pelo primeiro grupo articulado significou um desafio para a coordenadora da ADEC, já que desconhecia a forma e o conteúdo do trabalho a ser desenvolvido. A esse respeito, assim se manifestou:

"A gente quando foi convidado, (...) por isso que eu digo que foi um desafio, uma coisa totalmente desconhecida. Nem o convite foi totalmente esclarecedor, nem o primeiro encontro com a coordenadora do programa OCBR, (...) para entender como era que ele ia se dar."

Percebe-se que a comunicação entre os ADLs e a coordenação do programa OCBR não foi esclarecedora, o que impossibilitou o entendimento do projeto. Mas, se por um lado o programa não emitiu a informação de forma clara, por outro, os ADLs se comportaram passivamente diante das dúvidas.

Outro ADL apontou dois motivos para ter aceito o convite para participar do CRDC, como pode-se verificar em seu relato:

"Os motivos pelos quais eu acabei aceitando foram dois (...) Primeiro que eu estava (...) desempregado, (...) minha situação financeira me chamou a atenção. O segundo, (...) pelos argumentos que foram colocados por eles, (...) de que já existiam alguns movimentos do consumidor, (...) mas todos eles, sem exceção, estavam voltados mais para a defesa do consumidor de classe média."

A ordem em que o ADL coloca seus motivos para ter aceito participar do projeto deixa claro suas prioridades ao tomar a decisão. Primeiro, ele estava desempregado e, portanto, necessitava de trabalho e renda para manter a si e a sua

família. Havia ainda um convite feito pela liderança local para assumir a função de ADL, na qual receberia o que o programa OCBR denominava de ajuda de custo<sup>37</sup>.

O segundo motivo refere-se à ligação do movimento brasileiro de consumidores à defesa do consumidor de classe média. De fato<sup>38</sup>, o movimento de defesa do consumidor no Brasil, ao longo de sua breve história (aproximadamente três décadas), até a criação dos CRCs em Fortaleza, era composto por pessoas provenientes da classe média (Lazzarini, 1997) e, portanto, tratavam de seus interesses. Daí a origem do argumento que motivou o ADL a participar da execução do projeto, ou seja, o CRDC iria trabalhar na defesa daquele que era excluído do tradicional movimento de defesa do consumidor.

Conforme a proposta elaborada pelo programa OCBR, além dos Agentes de Desenvolvimento Local (ADLs), deveria ser organizado um Grupo de Donas de Casa que teria como objetivo principal realizar uma pesquisa mensal sobre os preços de produtos de primeira necessidade em estabelecimentos comerciais do bairro, para posterior publicação de uma lista comparativa de preço e qualidade. É possível que a idéia de criar este grupo tenha surgido por influência do trabalho de pesquisa de preço em supermercados de Fortaleza feito pelo NECAF, além, é claro, dos Grupos Organizados de Donas de Casa<sup>39</sup> existentes no Brasil.

A organização do Grupo de Donas de Casa do CRDC aconteceu através de convite feito durante assembléia da UMJIR. Sobre isso, um ex-membro do grupo de donas de casa relatou:

---

<sup>37</sup> Pouco mais de um salário mínimo.

<sup>38</sup> Este fato, segundo uma ex-membro das ONGs ANS e VIDA Brasil!, foi identificado pela mentora do programa OCBR quando esta participou do II Encontro Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (ENEDEC).

<sup>39</sup> Como exemplo destes grupos organizados, citam-se: Movimento das Donas de Casa e Consumidores de Minas Gerais, fundado em 1983; Movimento de Donas de Casa e Consumidores do Rio Grande do Sul, fundado em 1988; e a Associação de Donas de Casa e Consumidores de Santa Catarina, fundada em 1996 (MDC-MG, 2000; MDCC-RS, 2000; ADOCON-TB, 2000). Os grupos organizados de donas de casa, no Brasil, têm tido um papel importante na informação e na defesa do consumidor. Como exemplos desta relevância, convém citar o primeiro boicote à carne em 1979, iniciado em São Paulo, tendo se estendido por quase todo o país (Zülzke, 1990); participação na definição das políticas de proteção ao consumidor, através do Conselho Nacional de Defesa do Consumidor; denúncias relativas à majoração abusiva de preços, fraude na qualidade de produtos e serviços (MDC-MG, 2000); pesquisa de preços; campanhas educativas em defesa do meio ambiente (ADOCON-TB, 2000), dentre outras iniciativas. O termo boicote, bastante usado pelos movimentos de donas de casa e de consumidores do mundo, é utilizado como recusa coletiva de consumidores de adquirir produtos. Esse termo, de acordo com Sandroni (2000, p. 59), é “derivado do nome do capitão inglês *C. Boycott*, um corretor de terras com quem os irlandeses se recusaram a tratar durante os motins de 1879-1881 desencadeados contra a legislação fundiária inglesa”.

“Eu participava, nessa época, da Associação de Moradores do Jardim Iracema (...). Todas as terças-feiras tinha assembléia com os moradores do bairro e fui informada pela direção da UMJIR, que tinha uma ONG, que se chamava VIDA Brasil!, que (...) estava com esse projeto e queriam implantar aqui no Jardim Iracema. E foram convidadas (...) as donas de casa que quisessem participar.”

Identifica-se que a matriz ideológica adotada para contatar este grupo foi a articulista (Schere-Warren, 1985), utilizando-se como estratégia a sensibilização das mulheres participantes da assembléia comunitária por intermédio de lideranças locais – a diretoria da UMJIR, anteriormente sensibilizadas por técnico(s) do programa OCBR. Essa forma de articular por meio da sensibilização das lideranças e, em seguida, das bases, remete à idéia de difusionismo (Fonseca, 1985).

O programa OCBR teria estabelecido, de acordo com um dos membros da diretoria da ADEC, a meta de sensibilizar vinte mulheres para fazer pesquisa de preço e qualidade dos alimentos, tendo como fundamento a cesta básica<sup>40</sup>. Mas o grupo de donas de casa chegou a ter apenas dezessete mulheres nessa fase, sendo considerado, ainda assim, por uma de suas participantes um grupo forte para realizar o trabalho proposto. Com entusiasmo, ela relatou:

“A gente contou com muitas companheiras aqui do conjunto (...) e do outro lado, o pessoal da Igreja também (...) Eu sei que o grupo começou a fortalecer e ficou um grupo de 17 mulheres. A gente já estava bem forte (...) A gente estava muito empolgada.”

As companheiras a que se refere a entrevistada são as donas de casa que residem em um conjunto habitacional construído através de um multirão organizado pela UMJIR. As companheiras da Igreja são as donas de casa que residem em outras ruas do bairro Jardim Iracema e adjacências, participantes da Capela de Santo Antônio. A distância física entre ambos os grupos não significa isolamento, mas uma forma que a dona de casa encontrou para distingui-los. As primeiras representam as

---

<sup>40</sup> A cesta básica de alimentos, de acordo com Sandroni (2000, p. 92), é “o conjunto de bens que entram no consumo básico de uma família de trabalhadores, variando conforme o nível de desenvolvimento social do país”. Esta por lei (399/38) deve ser calculada para atender as necessidades de um trabalhador adulto. Mas, a cesta a que se referiu a entrevistada não era composta apenas de alimentos. Outros itens como produtos de higiene pessoal e do ambiente também faziam parte da lista da pesquisa. Talvez o termo mais adequado fosse cesta de consumo básico, que contém uma diversidade de bens, inclusive alimentos (Sandroni, 2000).

mais diretamente ligadas a UMJIR e as segundas não eram participantes da UMJIR e se aproximaram daquelas para participar do grupo de donas de casa do CRDC, por manterem relações sociais com alguns participantes do projeto.

Com a formação do grupo, essas mulheres se reuniam mensalmente e, geralmente em duplas, visitavam o comércio local para realizar a pesquisa de preço e, supostamente a de qualidade, publicada na comunidade. Quando se diz que a pesquisa da qualidade dos produtos era apenas suposição, entende-se que a mesma se resumia à coleta de preços, fato constatado quando o autor foi técnico<sup>41</sup> do programa OCBR. Para que fosse realizada a pesquisa de qualidade dos produtos, posteriormente, foi promovida capacitação específica das componentes do grupo de donas de casa.

Sobre essa rotina no trabalho de pesquisa, um ex-membro do grupo de donas de casa relatou:

“Eram várias senhoras, (...) a gente fez várias pesquisas, nas mercearias, (...) a gente tinha uma reunião mensal, planejava, quais as mercearias em que a gente ia fazer a pesquisa, e era dividido, (...) aquelas equipes de duas, (...) e depois a gente sentava novamente (...) para conversar sobre aquela questão, e tinha uma equipe que (...) trabalhava, (...) com os panfletos e a outra equipe fazia a divulgação (...).”

Assim, foram divididas as atribuições no grupo de modo que, enquanto parte deste cuidava da pesquisa em si, coletando informações e divulgando os resultados para a comunidade, outra parte tratava de divulgar, articulando novas adesões, o trabalho por meio do qual o grupo teria conseguido visibilidade na comunidade e conquistas com relação ao abaixamento de preços.

Contudo, se por um lado a pesquisa conseguiu mobilizar mulheres para realizar trabalho em prol da comunidade, já que o produto era a informação ao consumidor sobre os preços praticados no comércio local, por outro, o grupo não teve tempo nem, talvez, oportunidade para amadurecer a forma de trabalho. Para começar, uma parte das mulheres eram semi-analfabetas, o que dificultava o acesso ao conhecimento.

Outro problema era a falha assessoria jurídica, pois o tema em pauta também era novo para os advogados que trabalhavam na ONG. Nem todos os fornecedores locais eram cobertos pela pesquisa e deixou-se de ser feita uma

---

<sup>41</sup> No ano de 1998 o autor foi contratado como técnico do programa OCBR, tendo como atribuições desenvolver material e recursos educativos, capacitar os ADLs e o grupo de donas de casa no que se

distinção entre o porte dos fornecedores contemplados, ou seja, supermercado disputava com mercearia, o que passou a incomodar os comerciantes.

Essas fragilidades do trabalho realizado pelo grupo de donas de casa do CRDC acabaram dispersando as participantes, como relataram ex-membros deste grupo:

“Eu acho que faltou sustentação, por parte do grupo que incentivou a surgir o grupo de donas de casa, que foi a VIDA Brasil! (...) por que (...) era uma advogada que acompanhava a gente, depois mudou para outra, (...) o grupo foi se intimidando com as ameaças dos comerciantes. E isso foi muito ruim, (...) Se a gente tivesse em que se sustentar, eu acho que não teria acabado.”

“Não houve assim, um preparo (...) para a gente poder chamar os comerciantes (...) Um dos supermercados se revoltou com a gente na primeira pesquisa, ele chamou a pessoa que estava na frente, a gente trouxe até a advogada para conversar, porque elas disseram que a gente havia colocado errado, aquele preço não era aquele que estava lá. Então, teve muito questionamento (...).”

A inexistência de sustentação a que se refere a ex-membro do grupo teria sido a falha da assessoria jurídica da ONG VIDA Brasil!, que não conseguiu transmitir segurança em termos de conhecimento da legalidade do trabalho que estava sendo realizado, de outra forma a pesquisa poderia ter sido realizada sem nenhum constrangimento para as mulheres pesquisadoras<sup>42</sup>. O que não poderia acontecer é esta pesquisa ser publicada com informações incorretas.

Outro fator provavelmente teria se somado aos demais e provocado a desistência de boa parte das participantes do grupo de donas de casa: o corte do brinde fornecido todos os meses às participantes pelo programa OCBR da ONG VIDA Brasil!. Sobre isso, relatou um membro da diretoria da ADEC:

“O brinde não durou muito tempo, porque de repente, a VIDA Brasil! diz que não dispunha mais de dinheiro para o brinde. E aí, (...) muitas mulheres saíram porque não tinha o brinde<sup>43</sup>.”

---

refere à educação para o consumo e cidadania e monitorar as atividades realizadas nos CRCs, dentre elas a pesquisa intitulada de preço e qualidade.

<sup>42</sup> O acesso à informação adequada e clara sobre produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem, é um direito do consumidor (Art. 6º, inciso III, Código de Defesa do Consumidor). Além disso, o Código também garante, em seu artigo 106, que as organizações de defesa do consumidor informem, conscientizem e motivem o consumidor através dos diferentes meios de comunicação.

<sup>43</sup> Eram bens de baixo valor monetário, geralmente um corte de tecido, que as mulheres do grupo escolhiam.

Se, ao ser cortado, boa parte das mulheres deixaram de participar do grupo, entende-se que estas estavam lá motivadas pela gratificação. Assim, o grupo não era exatamente o que se poderia chamar de comprometido, mas necessitado. Essa necessidade se expressa na forma como acabaram encarando o trabalho no grupo, ou seja, trabalhavam motivadas por uma assistência, por mínima que fosse. Essa estratégia de trabalho remete ao que Schere-Warren (1995) classifica como assistencialismo<sup>44</sup>.

Acredita-se que a estratégia não foi inutilizada por orientação dos financiadores, mas por imaturidade da coordenação do programa OCBR que se precipitou em adotá-la como uma forma de atrair as mulheres para compor e manter o grupo. Quando se percebeu que tal estratégia seria maléfica para ambas as partes, ou seja, para a ONG e para o grupo de donas de casa, já era tarde para que fosse revista, pois as participantes já estavam condicionadas<sup>45</sup> ao brinde.

Outras dificuldades relacionadas às orientações do programa OCBR para o CRDC foram levantadas por membros da diretoria da ADEC e dizem respeito, principalmente, ao papel que os ADLs deveriam ter como defensores dos consumidores do bairro.

“A gente sempre batia nessa tecla de que esses núcleos não deveriam ter o papel de defender o consumidor, e sim de educar o consumidor, (...) Eu e a outra ADL conversávamos muito sobre isso, a gente não achava correto, e ainda hoje, a gente não acha (...) Se a gente continuasse a defender o consumidor, primeiro que a gente não tinha reconhecimento jurídico nenhum, não tínhamos um advogado a nossa disposição, a toda hora, a todo instante, (...) Então, como defender o consumidor? A gente chegou a defender alguns, (...) nós tínhamos consciência de que isso não deveria ser o nosso papel, isso é função do Estado.”

“O trabalho de atendimento, (...) nunca funcionou bem (...) Através de uma análise mais profunda, pode-se perceber que não era interessante estar fazendo só a defesa das pessoas, que no caso, da pessoa que acompanhei até o juizado, ela veio, a gente orientou, (...) depois ela voltou com o mesmo problema, (...) então não foi legal, não foi interessante. Será que não teria sido mais interessante educar essas mulheres (...)?”

<sup>44</sup> Orientação político-normativas das agências financiadoras.

<sup>45</sup> Trabalhar no grupo é igual a ganhar brinde no final do mês.

A partir desses dois relatos, percebe-se quão desconfortável era trabalhar na defesa do consumidor, pois os ADLs entendem que tal papel não caberia a eles, mas seria interessante dar maior ênfase à educação do consumidor. No segundo relato, em específico, exemplifica-se que a tentativa de mediar a defesa de um dos consumidores que procurou o CRDC e acabou retornando com o mesmo problema. Assim, entende-se que os entrevistados estejam defendendo a educação como uma forma de proporcionar a autonomia do consumidor na sua relação com o mercado<sup>46</sup>.

De acordo com relatórios internos do CRDC, foram efetuados atendimentos e procurou-se encaminhar as pessoas a fim de que obtivessem soluções possíveis para os problemas apresentados.

A seguir, no quadro 2, relacionam-se e classificam-se os problemas com que as pessoas procuravam atendimento no CRDC, como relação de consumo entre outros.

Quadro 2 – Registro de serviços de orientação e informação ao consumidor do CRDC, Fortaleza, 1998.

| <b>Relação de consumo</b>                                                                                                                                               | <b>Outros temas</b>                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ cobrança abusiva</li> <li>♦ Inadimplência</li> <li>♦ negociação de dívida</li> <li>♦ produto com vício<sup>47</sup></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>♦ aposentadoria</li> <li>♦ cobrança de dívidas</li> <li>♦ falta de professor na escola</li> <li>♦ FGTS</li> <li>♦ questões trabalhistas</li> </ul> |

Fonte: Fichas de Registro de Atendimento do CRDC.

Embora o CRDC tenha sido criado e direcionado no decorrer de sua história para trabalhar em defesa do consumidor, a demanda dos que o procuravam não relacionava-se apenas às relações de consumo, mas também a outros temas. Isso remete ao que historicamente tem sido a pauta das organizações das classes populares: o acesso aos direitos humanos<sup>48</sup> relacionados com políticas públicas de atendimento às necessidades básicas da população como, por exemplo, emprego e renda, educação pública de qualidade, etc.

<sup>46</sup> Bannister (1993, s.p.) aponta como um dos benefícios da educação do consumidor a confiança deste consigo mesmo. Segundo a autora, a educação do consumidor pode instilar sentimentos de otimismo, independência e satisfação.

<sup>47</sup> Um produto ou serviço com vício = defeituoso, deteriorado, etc.

<sup>48</sup> Doimo (1995) através de um retrospecto histórico, identifica os movimentos sociais populares e suas lutas, que, se traduz como necessidades.

Assim, o CRDC do Jardim Iracema, de acordo com os relatos e documentos analisados, deveria ter a estrutura de um órgão de defesa do consumidor com atendimento e abrangência em pequena escala, orientando, informando e defendendo os consumidores locais. Por outro lado, os ADLs, atuais diretores da ADEC, não reconheciam a defesa do consumidor como atividade do CRDC, entendendo estes que tal papel caberia ao Estado.

A deficiência dos serviços prestados pelo DECOM e a inexistência de um sistema estadual ou municipal de defesa do consumidor foram alguns dos argumentos utilizados pelo programa Organização do Consumidor de Baixa Renda para a criação dos CRC's nos bairros Ellery, Bom Jardim e Jardim Iracema (VIDA Brasil!, 1999), fato que se constitui em explicação para a orientação dada pelo programa OCBR ao CRDC.

Para se ter uma idéia da valorização dessa orientação pelo programa, os Agentes de Desenvolvimento Local (ADLs) de todos os três CRCs, no ano de 1997, participaram de um estágio no DECOM<sup>49</sup> que durou uma semana apenas devido à falta de estrutura física e de material humano deste órgão governamental<sup>50</sup>.

Embora o Estado não estivesse exercendo com eficácia a defesa do consumidor no Município de Fortaleza, o programa OCBR (não-governamental) buscava estruturar os CRDCs para suprir localmente a ineficácia do poder público. Parece ser incoerente o fato de querer uma alternativa e buscar suporte, através de estágio, na deficiência de um órgão governamental. Paralelamente a questões de orientação e funcionalidade do CRDC, divergências internas entre membros da UMJIR e do CRDC vinham acontecendo, o que culminou, após cerca de um ano de criação do projeto, na saída deste do prédio da associação comunitária. Sobre isso, um ex-membro da diretoria da UMJIR relatou:

“O CRDC ficou na UMJIR por aproximadamente um ano. A filosofia do CRDC sob inspiração da ONG VIDA Brasil era de tornar o CRDC uma instituição autônoma, o que não concernia com a filosofia da UMJIR, que era a de que o CRDC deveria permanecer enquanto departamento desta.”

<sup>49</sup> Serviço Especial de Defesa Comunitária (DECOM), órgão governamental atrelado ao Ministério Público do Estado. Dentre as suas atribuições está a de defesa do consumidor.

<sup>50</sup> Em 1996, ano em que foi criado o primeiro Centro Recurso de Cidadania (CRC), no bairro Ellery, o DECOM, a principal referência para a população na defesa do consumidor, estava estruturalmente “sucateado”, conforme reportagem realizada por um jornal local: “A sede do DECOM, no momento, não oferece condições ideais para receber os reclamantes e muito menos para o perfeito desempenho de quem trabalha nele. Faltam birôs, cadeiras, telefones e, principalmente, material humano. São pouco mais de 10 servidores para atender uma demanda de milhares de processos.” (O Povo, 1996)

A diretoria da UMJIR visualizava o CRDC como um departamento da entidade que estava sendo estruturado em parceria com a ONG VIDA Brasil!, o que contrariava a orientação estabelecida ao projeto que era a de, ao final do triênio 1996-1998, todos os três CRCs deveriam ganhar personalidade jurídica, tornando-se uma organização de defesa do consumidor.

Assim, entende-se que as entidades comunitárias funcionariam como uma espécie de incubadora, cedendo o seu espaço físico e colaborando com sua experiência no processo de articulação das lideranças e bases locais. As figuras 3 e 4 auxiliam a visualização do CRDC na perspectiva da diretoria da UMJIR e do programa OCBR da ONG VIDA Brasil! que, por extensão, passou a ser também a dos ADLs e outros participantes do projeto.

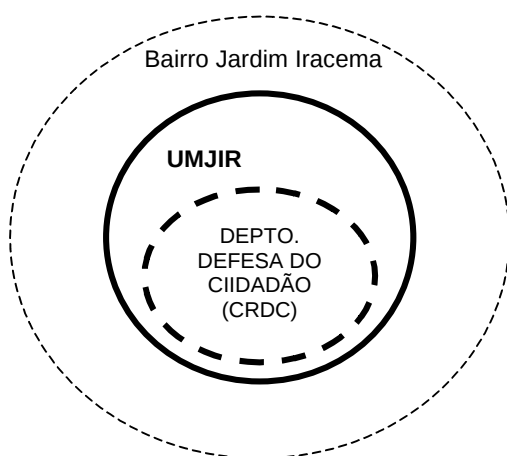


Figura 3 – O CRDC na visão da UMJIR

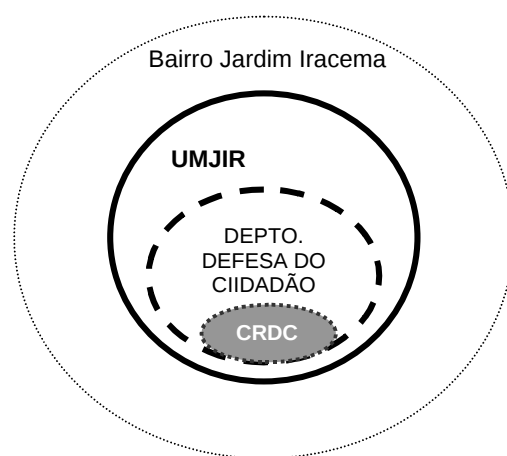


Figura 4 – O CRDC na visão do programa OCBR da ONG VIDA Brasil!

Os ADLs, de acordo com o relato de um dos membros da diretoria da ADEC, já sabiam que estava prevista a evolução do CRDC para uma organização com personalidade jurídica. Disseram eles que "A coordenadora do programa sempre batia nessa tecla (...). Então a idéia proposta é a partir desse trabalho inicial a gente já ir buscando, (...) caminhos que possam levar a essa situação de uma associação."

Não estava prevista porém, a saída prematura do CRDC da UMJIR, ou seja, antes da estruturação do Centro, contrariando o que estava estabelecido nas metas do programa OCBR.

Dentre os motivos da saída prematura do CRDC do prédio da UMJIR, foram identificados os seguintes:

| Motivos                                                                                                                                                                                 | Relatos de Membros<br>da Diretoria da ADEC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>♦ Falta de clareza tanto por parte dos membros da UMJIR quanto por parte dos participantes do CRDC sobre o que era o projeto em que estavam envolvidos;</p>                          | <p>"Eu não sei se ficou muito claro para nós e para os dirigentes da associação a forma como a VIDA Brasil! colocou o projeto (...). Na verdade, acabaram ficando duas instituições dentro de uma só, e aí você tinha uma série de conflitos, por que você tinha o CRDC com o seu planejamento próprio. Enquanto que nenhum dos outros departamentos da UMJIR tinha autonomia."</p> |
| <p>♦ Sentimento de não-pertinência por parte de alguns participantes do CRDC, o que dificultava a convivência deles dentro da UMJIR;</p>                                                | <p>"A gente começou a discutir a necessidade de criar uma associação independente, (...) uma coisa assim que tivesse a nossa própria cara (...). Uma entidade dentro de outra entidade (...) tava dificultando muito o nosso trabalho, já que no momento a gente não se entendia."</p>                                                                                              |
| <p>♦ Alguns participantes do CRDC, não se sentiam confortáveis de estar relacionando o trabalho deste ao realizado pela UMJIR, por esta envolver política partidária em suas ações;</p> | <p>"Um dos problemas de credibilidade que a gente tinha era pela própria história da entidade (...). Às vezes, não era uma boa coisa ligar o nome do CRDC ao nome da UMJIR, por questões políticas, porque a entidade se identificava com determinado partido político."</p>                                                                                                        |
| <p>♦ A ajuda de custo que os ADLs recebiam, bem como o orçamento de que dispunha o CRDC para investir em suas ações causava incômodo a</p>                                              | <p>"A gente tinha um orçamento e a gente recebia uma ajuda de custo, enquanto os outros dirigentes da entidade não recebiam nada (...), desenvolviam atividades como voluntários (...) A gente tinha recursos para oferecer lanche no curso e eles não tinham."</p>                                                                                                                 |

alguns membros da UMJIR, que realizavam o seu trabalho sem remuneração e sem recursos financeiros;

A gente tinha dinheiro para confeccionar camisa e boné, enquanto a energia elétrica deles só faltava cortar por falta de pagamento."

♦ Divulgação da pesquisa de preço realizada pelo grupo de donas de casa causou descontentamento a alguns comerciantes do bairro e, conseqüentemente, dificultou a realização de algumas atividades da UMJIR, visto que esta contava com o patrocínio do comércio local.

"Chegaram a dizer que não era interessante para eles ter uma entidade de defesa do consumidor, que gerava clima de hostilidade com os fornecedores do bairro, quando era interessante para eles receber patrocínios para qualquer atividade que venham a desenvolver."

Toda a história relatada pelos entrevistados leva à compreensão de que os problemas foram surgindo gradativamente e, somando-se, formaram uma grande "bola de neve", o que tornou insustentável a continuidade do CRDC dentro da UMJIR.

Em 1998, em uma reunião com a presença de membros da UMJIR, do CRDC e do programa OCBR da ONG VIDA Brasil!, foi decidida a saída do projeto das instalações da entidade comunitária, sendo que, naquele momento, ainda não havia total clareza de qual seria o próximo passo do CRDC.

#### 4.1.3 Fase 3: o recomeço do CRDC (1998-1999)

Ao se desvincular da UMJIR, o CRDC ficou temporariamente sem espaço físico e precisou reiniciar o seu trabalho de articulação no bairro, procurando sensibilizar a população a participar das atividades que anteriormente vinham sendo desenvolvidas<sup>51</sup>. A maior parte dos antigos participantes acabou se afastando do CRDC, motivados pela saída deste do prédio da UMJIR, entidade a qual eram associados<sup>52</sup>.

<sup>51</sup>Atividades como a pesquisa de preços, atendimento e orientação ao consumidor e oficinas educativas.

<sup>52</sup>Como o CRDC ocupava espaço dentro de um departamento (defesa do cidadão) da UMJIR, os participantes de ambos eram geralmente as mesmas pessoas.

Assim, saem antigos e entram novos atores, aliás, do quadro antigo, restaram três ou quatro pessoas. Nessa mudança, um dos ADLs, por motivos pessoais, deixou o cargo, sendo substituído<sup>53</sup> de imediato, pois o trabalho não podia parar, havia metas a serem atingidas e o programa OCBR estava em seu último ano do triênio 1996-1998. A meta principal neste ano seria a evolução de projeto para ONG de defesa do consumidor, em que ganharia personalidade jurídica.

O maior desafio dos membros do CRDC nesta fase foi o processo de legalização, que deveria acontecer até dezembro de 1998. Tal prazo, justificado pelas metas do programa, não foi atingido pelo projeto CRDC<sup>54</sup>, embora, em agosto de 1998, tenha sido realizada uma Assembléia<sup>55</sup>, onde foi eleita diretoria e aprovado o estatuto que legalizaria a entidade. Sobre essa assembléia, membros da diretoria da ADEC relataram:

"A primeira assembléia acabou que não valeu (...) porque as pessoas (...) não podiam assumir (...). A gente começou a ver (...) que o nosso estatuto era muito distante da nossa realidade, era cópia fiel do IDEC."

"Como é que a gente iria formar diretoria, se as pessoas que tinham clareza era eu e a outra ADL, e não podíamos ser do conselho diretor e ser funcionário ao mesmo tempo (...) Nós tínhamos que encaminhar as decisões (...), mas como é que aquele pequeno grupo, que foi chamado pela gente, poderia fazer decisões para a gente tomar."

Identificam-se pelos relatos dois motivos para a não-validade da assembléia. O primeiro está relacionado às pessoas que comporiam a diretoria da organização de defesa do consumidor. Estas desconheciam o tema "defesa do consumidor" e não haviam recebido esclarecimento suficiente sobre a estrutura e objetivos de uma organização com tal especialidade. Assim, a diretoria não estava sensibilizada para colaborar com a construção da organização, tendo as pessoas que a compunham, aceito o convite para participar da assembléia por manterem laços de amizade<sup>56</sup> com os ADLs.

<sup>53</sup> A nova ADL foi convidada pelo antigo e teria aceito tal convite por dois motivos. Primeiro, dentre as atividades desenvolvidas estava a educação do consumidor, que era de seu interesse por cursar graduação em Pedagogia. O segundo motivo foi o fato de estar desempregada.

<sup>54</sup> Os outros dois CRCs, dos bairros Villa Ellery e Bom Jardim, conseguiram legalizar-se no prazo estabelecido.

<sup>55</sup> Embora os ADLs tivessem aproximadamente seis meses para realizar a legalização do CRDC, estes conseguiram compor em cerca de dois meses uma Assembléia que não vigorou.

<sup>56</sup> Solidariedade entre amigos.

O outro motivo identificado foi o desconforto dos ADLs com relação ao estatuto, que era uma cópia do IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor)<sup>57</sup>, pois era necessário que este expressasse a realidade local.

"A gente achou por bem mexer no estatuto, fazer uma proposta de estatuto (...) de acordo com a nossa realidade. Alguns itens, a gente teve que modificar, e essa relação do conselho diretor, porque a gente tinha uma preocupação, (...) nós somos funcionários, nós não podemos ter interferência dentro do conselho diretor, mas éramos nós que tínhamos o entendimento da associação." (membro da diretoria da ADEC)

O desconforto dos ADLs em relação ao estatuto não era apenas com a estrutura e o objetivo em si, conforme relato, mas também havia uma insegurança quanto à manutenção de suas funções no gerenciamento da entidade, ou seja, as decisões não seriam mais tomadas por eles, mas por um conselho diretor. A função das ADLs seria apenas a de executar o que fosse determinado pelo conselho.

Em face de não ter atingido a meta, ou seja, de não estar em dezembro de 1998 com o processo de legalização do CRDC efetivado, o repasse de recursos foi cortado pela ONG VIDA Brasil! até que a entidade fosse constituída juridicamente. Sobre isso, um membro da diretoria da ADEC relatou:

"A VIDA Brasil! decidiu que não iria passar mais nenhum recurso até que a gente legalizasse, e a gente passou três meses sem ajuda de custo, sem pagar aluguel, sem ter dinheiro para nada. Ou a gente legalizava ou não seriam repassados os recursos, que agora só poderiam vir pelo banco".

A pressão por parte do programa da ONG VIDA Brasil! sobre o CRDC para que se legalize demonstra a exigência dos agentes de cooperação internacional por eficiência quantitativa, observando-se as metas (Schere-Warren, 1985). Assim, tudo deveria ocorrer exatamente como planejado, sem levar em consideração fatores ambientais como nível de aprendizado, relações interpessoais, valores individuais e coletivos etc.

---

<sup>57</sup> O IDEC, cujo estatuto foi utilizado como referência pelo CRDC, é uma associação de consumidores, não -governamental, criado em 21 de julho de 1987 por um grupo de pessoas de várias formações e áreas de atuação, oriundo de órgãos de defesa do consumidor (IDEC, 2000), sendo sua missão "lutar por uma sociedade de consumo mais justa ..." (Vieira, 1999, p. 80). Essa entidade é membro pleno de uma federação internacional de consumidores, a Consumers International (CI) (Consumers International, 2001), e coordenadora do Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC). Sua sustentação se dá através das seguintes fontes: associados (que pagam uma anuidade), venda de publicações e financiamentos especiais de organismos públicos e fundações (IDEC, 2000).

Os motivos que impossibilitaram atingir a meta foram, além da dificuldade em sensibilizar pessoas que pudessem assumir o conselho diretor, o fato de que os ADLs não se sentiam seguros para gerenciar uma organização e muito menos para elaborar projetos a fim de captar recursos junto a agentes de cooperação.

"Embora o projeto (...) já previsse (...) que deveria formar uma associação de consumidores, o projeto nunca trabalhou para isso. A gente nunca foi capacitado nesse sentido. De saber que uma entidade precisa de estatuto, como funciona legalmente uma entidade, que uma associação não se resume a duas pessoas, que a melhor forma de você ter uma equipe não é dando brinde para ninguém, é você estar trabalhando com as pessoas pela conscientização, de saber que uma entidade precisa ter como gerar recursos, de saber como fazer um projeto para captar recursos e isso nunca aconteceu".

Embora o programa estabelecesse que ao final do triênio 1996-1998 os CRCs deveriam estar legalizados, os ADLs parecem não ter recebido a assessoria necessária para gerenciar a ONG que seria criada, ou ainda, o tempo estimado no projeto teria sido curto para o aprendizado, pois os membros dos centros, até essa fase, já haviam participado de diversos treinamentos<sup>58</sup>.

Considerou-se concluída essa fase quando os participantes do CRDC conseguiram realizar, em março de 1999, uma assembléia para fundar e, em seguida, legalizar a entidade, a qual passou a se chamar Associação de Defesa e Educação do Consumidor - ADEC.

#### 4.1.4 Fase 4: criação da Associação de Defesa e Educação do Consumidor - ADEC (1999-2001)

A ADEC - Associação de Defesa e Educação do Consumidor - foi fundada em 11 de março de 1999, exatamente oito anos após a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor (11 de março de 1991) e às vésperas do Dia Mundial de Defesa do Consumidor (15 de março). De acordo com o seu estatuto, essa "é uma

---

<sup>58</sup> Os ADLs e grupos de donas de casa participaram de alguns treinamentos para capacitação. Dentre eles, destacam-se: Facilitação de Trabalho em Grupo; Repasse da Oficina de Educação do Consumidor; Repasse da Oficina de Direitos Humanos; Oficina sobre Pesquisa de Preço, Quantidade e Qualidade, destinada especialmente para o Grupo de Donas de Casa; Curso de Advocacia Popular, fornecida por técnicos do IDEC; e Capacitação Continuada, onde eram realizados estudos em grupo com os ADLs sobre temas relacionados a cidadania e consumo (inclusive sobre os direitos do consumidor).

associação civil<sup>59</sup> de finalidade social, sem fins lucrativos, (...) com sede na Rua Rio Paraguai, 194, bairro Jardim Iracema, Fortaleza – Ceará". A missão da ADEC, conforme consta no mesmo documento, era "educar, orientar, informar, organizar e proteger o consumidor de baixa renda do Jardim Iracema e adjacências, buscando formas concretas que viabilizem sua cidadania".

Quanto aos objetivos da ADEC, estes se encontram a seguir e dispostos ao lado dos do IDEC, para que se possa fazer uma análise comparativa.

Quadro 3 – Comparação entre os objetivos da ADEC e do IDEC.

| Objetivos da ADEC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Objetivos do IDEC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>"a) <b>lutar</b> pela implementação e aprimoramento da legislação de defesa do consumidor, de conter o abuso do poder econômico e matérias correlatas;</p> <p>b) <b>lutar</b> pela melhoria da qualidade de vida, especialmente no que diz respeito à melhoria de qualidade de acesso aos produtos e serviços oferecidos;</p> <p>c) <b>implementar</b> programas que visem a promoção e resgate da cidadania."</p> | <p><b>Contribuir para:</b></p> <p>"a) que seja atingido o equilíbrio ético nas relações de consumo, por meio da maior conscientização e participação do consumidor e do maior acesso à justiça;</p> <p>b) a implementação e aprimoramento da legislação de defesa do consumidor e de matérias correlatas;</p> <p>c) a repressão ao abuso do poder econômico nas relações de consumo e nas demais relações jurídicas correlatas;</p> <p>d) a melhoria da qualidade de vida, especialmente no que diz respeito à melhoria de qualidade dos produtos e serviços oferecidos."</p> |

Fonte: Estatuto da ADEC e do IDEC, 2001.

Como se pode observar por meio das setas traçadas, a ADEC reproduziu em parte os objetivos do estatuto do IDEC. Observa-se também que o verbo que inicia o objetivo transforma parcialmente o sentido do texto original, pois, enquanto o

<sup>59</sup> As associações civis são regidas pelo Código Civil brasileiro nos termos do seu artigo 51. Assim, constituem-se as associações pela união de pessoas que se organizam para fins não econômicos. De acordo com os artigos 18 e 19 do mesmo código, a criação de uma associação civil obedece a dois momentos distintos: o da constituição e o do registro (é a partir desse momento que se considera legalmente a existência da pessoa jurídica, tornando-se sujeito de direitos e obrigações).

IDEC utiliza o verbo **contribuir** em seus objetivos, a ADEC usa os verbos **lutar** e **implementar**. No primeiro caso, a contribuição parte de uma ONG experiente e sólida, constituída por e para a classe média, principalmente, que já conquistou direitos básicos como, por exemplo, o acesso ao conhecimento por meio da educação formal. Essa contribuição se dá por meio de suas ações participativas em espaços já conquistados, como a mídia<sup>60</sup>, a publicação de revista<sup>61</sup> e livros, eventos nacionais e internacionais promovidos por organizações governamentais e não-governamentais, representação em comissão do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, etc. No segundo caso, a luta remete ao acesso a direitos humanos básicos ainda não conquistados, como o acesso à educação, ao trabalho e à renda, entre outros. Faz parte dessa luta a implementação de programas que se direcionem para o resgate da cidadania.

Mesmo sendo identificadas as diferenças que se tentou dar ao estatuto do IDEC, entende-se que o programa OCBR da ONG VIDA Brasil! teve forma assistencialista<sup>62</sup> ao apresentar o documento pronto, pois teria sido mais construtivo fornecer capacitação sobre elaboração de estatuto, fornecendo subsídios teóricos aos participantes do CRDC sobre a estrutura do documento. Em outras palavras, a assessoria, além de ser inexperiente em elaboração de estatuto, não trabalhou na perspectiva de autonomia dos membros do projeto. O processo poderia ter sido mais lento, porém o resultado teria sido mais sólido e duradouro.

Nesse contexto, a falta de identificação com o que está escrito no estatuto é expressa na insatisfação dos componentes da ADEC, como se verifica pelos relatos a seguir.

“Nós sofremos até hoje com o estatuto, porque a única referência que a própria VIDA Brasil! tinha (...) era o estatuto do IDEC. Então, você pegava o IDEC com uma estrutura, (...) completando quase dez anos, com um corpo jurídico, que trabalha com defesa do consumidor, que é a maior entidade civil de defesa do consumidor no Brasil (...) Você pegar o estatuto (...) para entregar a uma entidade que tinha caráter mais comunitário do que outra coisa, (...) e (...) pouca coisa mudou”.

"O retrato do estatuto do Bom Jardim e do bairro Ellery é o do IDEC, o nosso é o retrato do IDEC 50%, os outros 50%, a gente mudou e mudou muita coisa errada, (...) quer dizer, a própria advogada que nos dava assessoria não se sentia segura”.

<sup>60</sup> Entrevistas para os meios de comunicação de massa local e nacional.

<sup>61</sup> O IDEC publica periodicamente a revista CONSUMIDOR S.A.

<sup>62</sup> O assistencialismo é uma linha de orientação político-normativa das agências financiadoras (Schere-Warren, 1985)

Entende-se que a assessoria não foi satisfatória, pois além da discrepância de realidades entre as duas entidades de defesa do consumidor, a adaptação ou mudança foram feitas sem conhecimento de causa.

Assim como aconteceu com os objetivos, a organização da ADEC também foi reproduzida do estatuto do IDEC, com pequenas modificações, como se pode observar na figura 5.

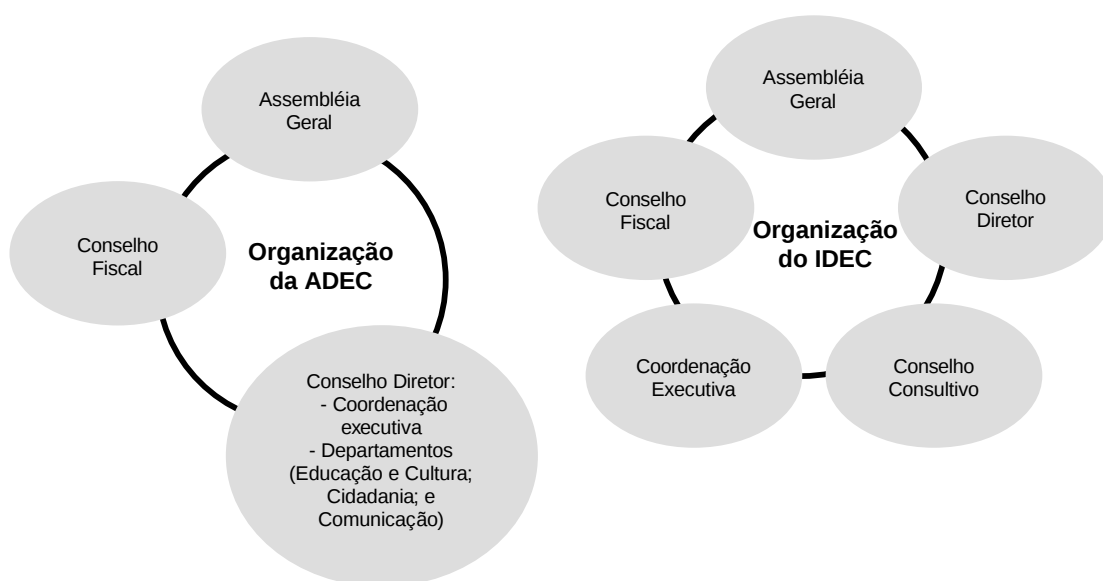


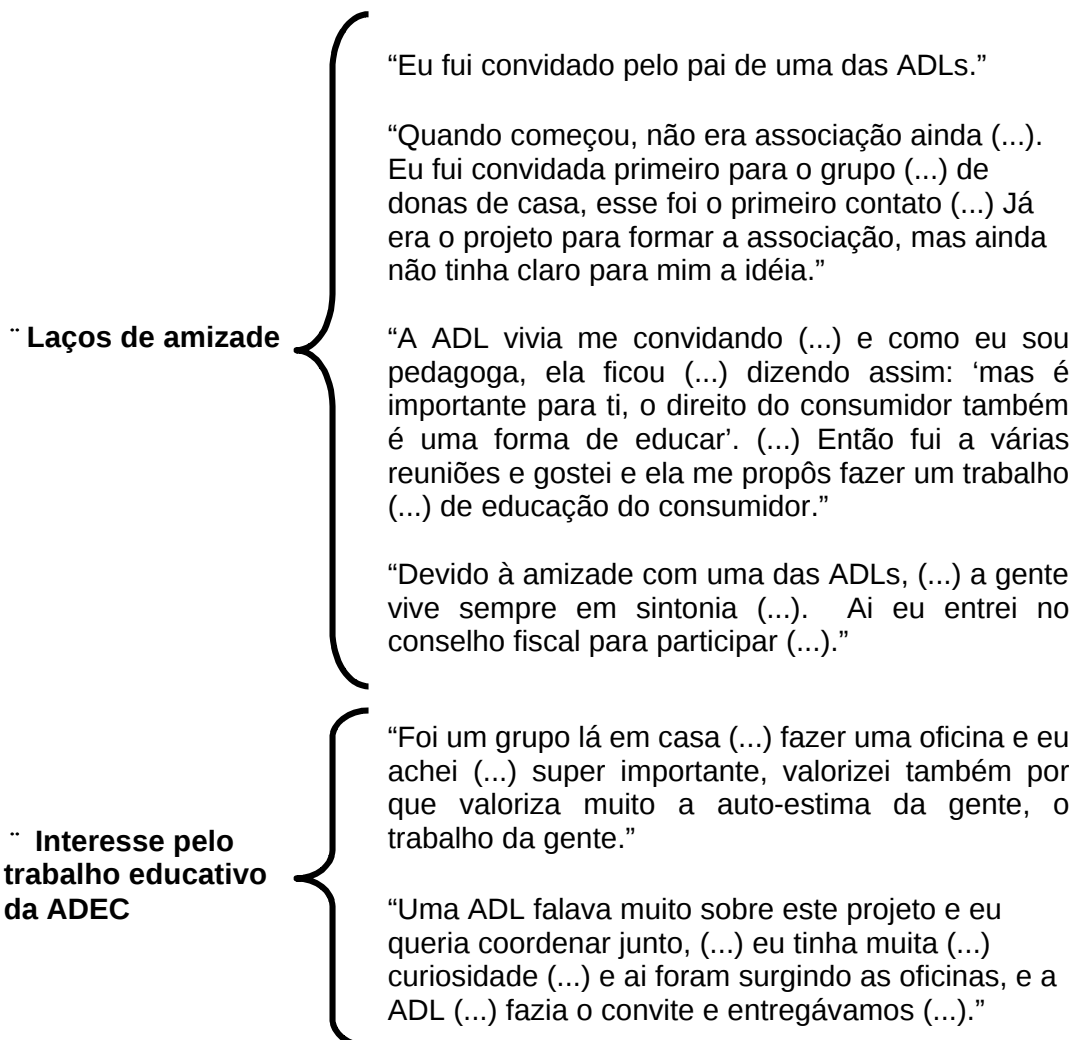
Figura 5 – Semelhanças e diferenças na forma de organização da ADEC e do IDEC

As semelhanças entre a forma de organização das duas ONGs de defesa do consumidor estão em seus órgãos constitutivos, ou seja, Assembleia Geral, Conselho Fiscal e Conselho Diretor. Já as diferenças dão-se por conta do Conselho Consultivo e a composição do Conselho Diretor, que foi subdividido em Coordenação Executiva<sup>63</sup> e Departamentos (Educação e Cultura, Cidadania e Comunicação). Mas entre semelhanças e diferenças, o que se observou durante a realização desta pesquisa foi que há uma discrepância entre o que está escrito e a prática cotidiana na ADEC com relação aos papéis dos membros do Conselho Diretor, ou seja, as atribuições que deveriam ser compartilhadas entre Coordenação Executiva e departamentos, mas não o são.

<sup>63</sup> Para fazer parte da coordenação executiva, exige-se como pré-requisito capacitação técnica para as funções que lhe compete. Na ADEC, a coordenação executiva foi assumida pelos ADLs.

Na realidade, as decisões e o gerenciamento da ADEC acabam ficando por conta da Coordenação Executiva sob orientação do programa OCBR da ONG VIDA Brasil!. Por outro lado, os demais membros da organização de defesa do consumidor não se posicionam em relação a esse fato, agindo de forma passiva. Não se quer dizer com isso que a Coordenação Executiva estivesse aproveitando da situação, mas que simplesmente o fenômeno foi observado.

Talvez a passividade dos membros da ADEC diante dos processos de tomada de decisões da organização possa ser clarificada ao se identificar os motivos que levaram estes a ingressarem naquela associação. Sobre isto, foram identificados os seguintes motivos: **laços de amizade e interesse pelo trabalho educativo da ADEC.**



O ingresso dos membros na ADEC aconteceu, principalmente, motivado por laços de amizade com os ADLs. Esses laços foram a ponte para o convite das pessoas que compuseram a assembléia de fundação da entidade. Os amigos eram

vizinhos, pessoas que se conheceram em movimentos populares do bairro, como os das CEBs<sup>64</sup> (Comunidades Eclesiais de Base), JOC<sup>65</sup> (Juventude Operária Católica), UCN (União da Consciência Negra) e até ex-participantes do CRDC (poucos) que continuaram participando do projeto.

Esses amigos solidariamente aceitaram o convite, pois os ADLs não conseguiam sensibilizar outras pessoas para fundar a ONG. É possível que a dificuldade em conseguir adesões tenha sido consequência da ruptura com a UMJIR, tornando os antigos participantes descrentes em relação ao andamento do projeto fora desta entidade comunitária.

É bom lembrar que a ruptura deu-se entre uma entidade que já tinha mais de quinze anos de existência no bairro e um projeto - o CRDC - que tinha cerca de um ano de existência, sem uma identidade claramente definida, tanto para os que trabalhavam nele como para os que participavam de alguma atividade.

O segundo motivo que levou algumas pessoas a participarem da fundação da ADEC foi o interesse pelas atividades educativas realizadas por esta organização de defesa do consumidor. Embora a ONG tivesse em sua nomenclatura e em seu estatuto a defesa do consumidor, a entidade procurou dar ênfase ao trabalho de educação, utilizando como técnica a oficina<sup>66</sup>, que era ofertada aos moradores do bairro Jardim Iracema e adjacências.

As oficinas de educação do consumidor aconteciam partindo da oferta da ADEC e não de uma demanda da comunidade. Segundo um membro da diretoria da ONG, o procedimento de oferta de oficinas era o seguinte: apresentava-se a proposta de trabalho a grupos organizados existentes na comunidade, agendavam data e horário e realizava-se o evento.

"Na verdade, a associação é que vai até elas, até pelo fato da gente não trabalhar com o atendimento direto, como era no projeto original. Então, a gente vai atrás, mas a gente é muito bem recebida, as pessoas gostam muito, (...) porque a gente teve a preocupação de adaptar o trabalho que a gente faz àquele público. Daquela oficina tradicional, a gente usa pouca coisa".(membro da diretoria da ADEC)

<sup>64</sup> Participantes da Pastoral do Trabalho do bairro Jardim Iracema e adjacências.

<sup>65</sup> A JOC foi fundada pelo padre belga Joseph Cardijn, no ano de 1923, e os primeiros grupos se formaram no Brasil na década de 1930, uma programa de ação católica, onde os leigos atuavam como uma extensão do apostolado em meio à sociedade.

<sup>66</sup> Segundo Garcia (1990), oficina é uma "técnica que propõe a criação coletiva a partir dos recursos do próprio grupo. Na oficina, processo e produto compõem uma unidade dialética.

As oficinas tradicionais mencionadas dizem respeito às que foram coordenadas pelo técnico<sup>67</sup> do programa OCBR na fase anterior. Na época, foram destinadas aos ADLs e a outros membros dos CRCs que, por meio da difusão, multiplicariam em suas comunidades os conhecimentos teóricos aprendidos. Ao final do treinamento para capacitação em educação do consumidor e em direitos humanos, cada CRC recebia um “kit” contendo um manual de procedimentos de cada oficina e recursos (tarjetas, ilustrações etc). A idéia era propor um modelo de oficina que, com o tempo, seria adaptado à realidade local.

Embora os membros da diretoria da ADEC realizassem tais eventos por meio de oferta e não de demanda, verificou-se que há relação entre os conteúdos das oficinas, principalmente, a de direitos humanos, com necessidades<sup>68</sup> locais como educação, saúde, saneamento e segurança física, como se pode observar na figura 6.

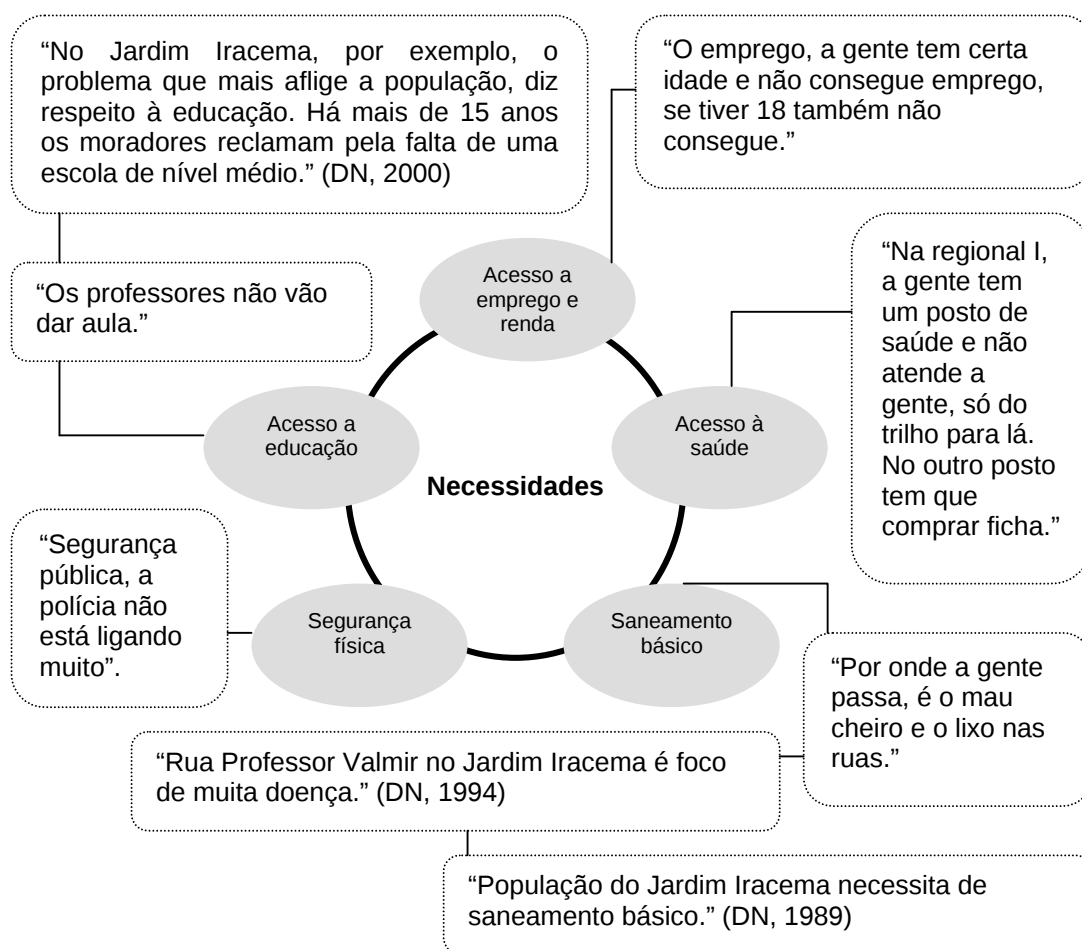


Figura 6 – Necessidades apresentadas pelos participantes das oficinas educativas da ADEC

<sup>67</sup> O técnico na época era o autor deste trabalho.

O fato de os temas trabalhados na oficina estarem de alguma forma relacionados com a realidade local, ou seja, com os problemas enfrentados pela população do bairro Jardim Iracema e adjacências não significa que esteja sendo realizado de forma qualitativa, na perspectiva de colaborar para a construção da cidadania, por meio de tendências pedagógicas progressistas. Isso porque a pessoa que seria a responsável pela área educacional, na realidade, não vem praticando a sua função, estando o seu nome apenas registrado como coordenadora do Departamento de Educação e Cultura. Tem-se, ainda, a ineficiência do suporte técnico (assessoria) da ONG VIDA Brasil! na área educacional especificamente, pois, segundo o que foi observado, o monitoramento ineficaz inviabiliza a continuidade do trabalho iniciado. Assim, sem dar continuidade à construção, em conjunto com os membros da ADEC, de uma proposta educacional, o trabalho foi sendo desenvolvido sem orientação e planejamento coerente. Até mesmo o evento oficina foi descaracterizado, o que estava sendo feito era uma palestra com alguns poucos momentos de interatividade e uso de recursos lúdicos como, por exemplo, o teatro de fantoches e jogos. Verificou-se também excesso de informações para o pouco tempo disponível no evento promovido. Falou-se muito em direitos do consumidor e humanos, de um modo geral, mas não foi dado espaço para discussão do que estava sendo exposto, tampouco mencionou-se as responsabilidades como contraponto aos direitos.

Em suma, não há um método claro de educação e, em específico, do consumidor, embora leia-se nas entrelinhas do discurso dos membros da ADEC a crença de que praticam uma pedagogia libertadora. É necessária capacitação contínua na área educacional, além de um planejamento coerente, ou seja, orientado por tendências pedagógicas de fato progressistas. Para isso, é necessário que tanto a ADEC quanto a ONG VIDA Brasil! disponibilizem tempo, técnicos capacitados e recursos e, principalmente, profissionais que estejam comprometidos com o objetivo de educar para libertar. Caso contrário, na prática, consciente ou inconscientemente, continuarão a difundir informações por meio de práticas tradicionais de educação, limitando o órgão e os participantes à reprodução social dos conteúdos.

Nesse contexto, as necessidades básicas verificadas na figura 6 não devem ser vistas isoladamente, mas como um sistema no qual todas podem estar relacionadas entre si. Assim, a falta de acesso a emprego e renda pode ter influência sobre a saúde, a criminalidade, a auto-estima, dificultar o acesso à educação etc. O

---

<sup>68</sup> Tais necessidades foram identificadas através de contato com participantes de oficinas da ADEC.

saneamento básico e a educação também são determinantes da saúde entre outras correlações.

Tudo isso é ocasionado pela falta de políticas públicas e conseqüentes meios para implementar e controlar, além, é claro, pela falta de organização da sociedade civil para exigir participação nas decisões e pressionar mudanças, o que, por sua vez, é conseqüência do não-usufruto de direitos básicos como emprego e renda, educação, saúde e outros que excluem, principalmente, as classes populares das decisões políticas.

Finalizando esta fase, verificou-se que os membros da diretoria da ADEC continuaram sentindo-se incomodados com o teor do estatuto da organização, pois este, segundo os diretores, não refletia tais necessidades. Este incômodo fez com que os componentes da entidade se reunissem por diversas vezes para discutir a forma e o conteúdo do estatuto, sendo que, em junho de 2001, realizaram a reforma do documento, o que deu início à fase cinco da história da Associação.

#### 4.1.5 Fase 5: novo estatuto da ADEC (junho de 2001)

Em junho do ano 2001, os membros da ADEC, após alguns encontros, discutiram e mudaram o estatuto, além de mudarem o significado das siglas A.D.E.C.. Esta passou a significar Associação para o Desenvolvimento da Educação, da Cultura e da Cidadania. A sua missão, que na fase anterior foi ponto de discussão em reunião, passou a ser “promover ações educativas, culturais e de formação e organização das classes populares, viabilizando o resgate de sua dignidade” (ADEC, 2001). Em conseqüência, houve reformas nos seus objetivos, como pode ser observado pela figura 7.

A nova missão da organização abriu espaço para ações amplas, pois não se tratava mais de ter como foco apenas o consumidor, mas o cidadão de um modo geral. A partir desta mudança, substituiu-se a expressão **baixa renda** por **classes populares** e **cidadania** por **dignidade**.

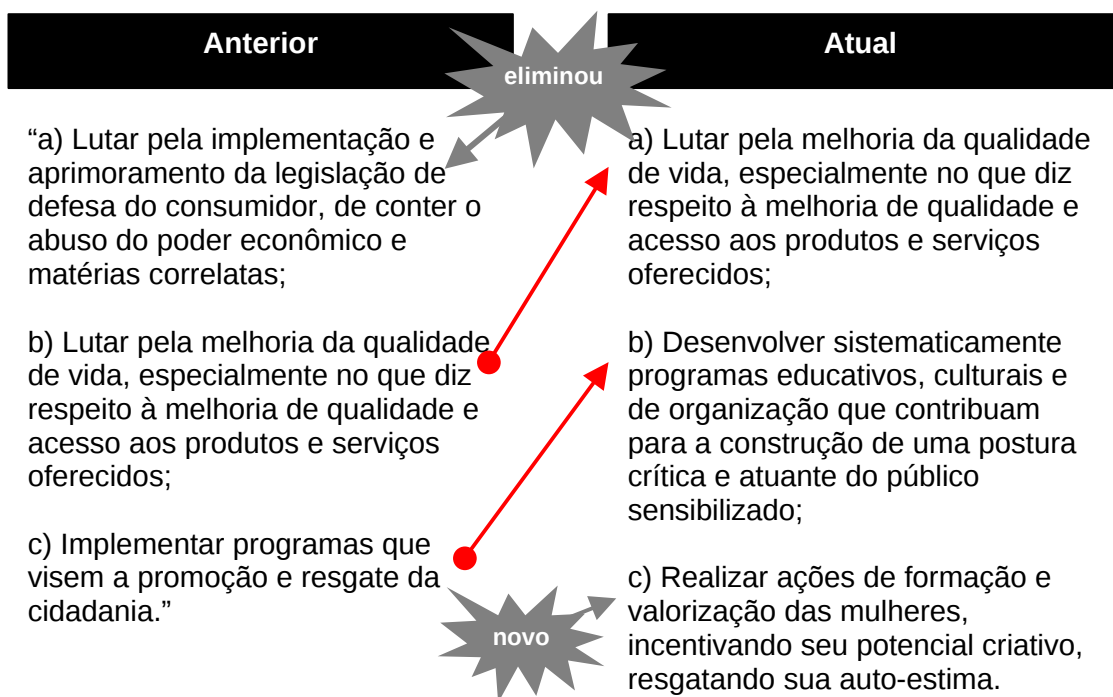


Figura 7 - Objetivos da ADEC: anteriores e atuais

Fonte: Estatutos da ADEC (1999 e 2001).

Com relação aos objetivos, foram poucas as mudanças ocorridas. Nos atuais, observa-se, principalmente, a inserção de ações destinadas às mulheres. Tal interesse em inserir um objetivo específico de valorização das mulheres entende-se por estar relacionado ao maior número delas na composição da ONG, tornando-se, por isso, mais visíveis as carências das mesmas. Sobre isso, Mayer (1998) afirma que, historicamente, no mundo, a liderança<sup>69</sup> dos Movimentos de Consumidores tem pertencido às mulheres. No Brasil, apenas para citar alguns nomes, têm-se: Lúcia Pacífico Homem (MDCC-MG), Marilena Lazzarini (IDEC), Edy Maria Mussoy (MDCC-RS), Reneuza Marinho Borba (ADOCON-Tubarão), Lúcia de Fátima Azevedo (CDC-

<sup>69</sup> De acordo com Mayer (1998), há dois tipos de explicação para que as mulheres estejam mais presentes no movimento de consumidores do que em outros movimentos sociais. Uma explicação parte da idéia de que os temas tratados nos movimentos de consumidores estão relacionados às preferências das mulheres, visto que estas executam trabalhos tais como adquirir, transportar e armazenar produtos, além de se ocuparem da produção caseira. Ainda segundo o autor, o movimento do consumidor está para as mulheres assim como o movimento trabalhista está para os homens. Uma outra explicação estaria relacionada à natureza relativamente reformista e não confrontacional dos movimentos de consumidores. Estes se caracterizam pela não-violência e pela cooperação.

RN), Selma Magnavita (MDCCB-BA), Maria da Conceição Baía Sena (ÍCONES-PA), dentre outras.

Para ilustrar o interesse das mulheres em sua própria formação e valorização, tem-se o trabalho conjunto entre a Rede de Educação Popular entre Mulheres (REPEM) e a Consumers International (CI). No ano de 2000, a REPEM e o Programa de Educação da CI (Regional América Latina e Caribe) fizeram uma parceria a fim de introduzir a perspectiva de gênero nos programas educativos sobre consumo. Assim, as organizações de mulheres que integram a REPEM incorporaram o tema educação do consumidor em suas atividades educativas. Tal incorporação está relacionada com a igualdade de oportunidades e direitos das mulheres no âmbito das relações de consumo, que constitui condição básica do processo de modernização e democratização da sociedade (Programa de educacion de los consumidores, 2000).

As informações a respeito do assunto encerram-se aqui, pois a sua coleta foi realizada até abril de 2001. Assim, não se dispõe de outros elementos para análise, a não ser o já mencionado estatuto, analisado conforme o que se pretendia.

#### 4.2 O significado da ADEC para os seus participantes

Nesta seção, são identificados os significados da ADEC para os seus participantes. Para tanto, foram divididos em quatro categorias, assim definidas: membros-fundadores, público atendido, testemunhas da história e membros do programa OCBR. A maior parte são moradores do bairro Jardim Iracema e adjacências, conforme se pode observar pela figura 8.

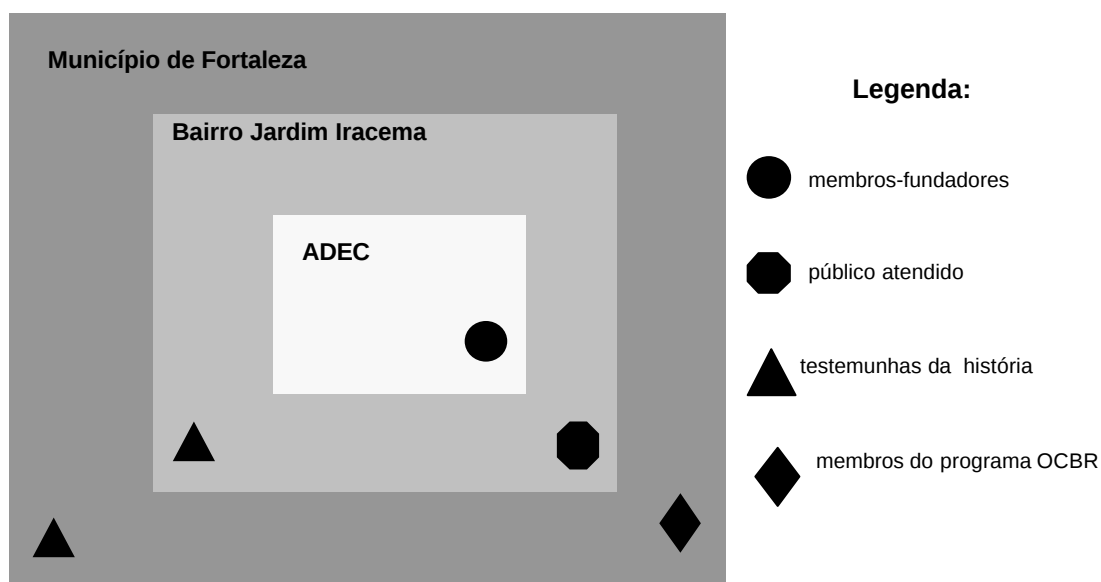


Figura 8 - Localização das categorias de participantes da ADEC no Município de Fortaleza

A seguir, para cada categoria participante desta pesquisa, busca-se identificar por meio dos relatos do entrevistados o significado da ONG.

##### **Membros-fundadores da ADEC**

Esta categoria de participantes se referiu à ADEC, principalmente, como um espaço educativo que intervém no comportamento das pessoas, colaborando para que estas se tornem consumidores críticos na tomada de decisão e ao se

relacionarem com o mercado. No esquema a seguir, transcrevem-se alguns dos relatos.

**A ADEC  
intervém na  
vida das  
pessoas ...**

“Então, a importância dela é porque ela intervém diretamente na vida das pessoas atingidas. Quando a gente faz uma oficina ou quando revê as pessoas da oficina, que elas fazem depoimento que mudaram, mesmo que tenha sido um aspecto de sua vida, como na última oficina (...) quando ouve uma dona de casa falar assim: ‘até ontem eu comprava uma lata de óleo amassada, mas a partir de hoje, eu não vou fazer isso’.”

“Já teve um caso de uma mulher que ela dizia, (...) eu tenho muito medo de fazer a pesquisa, eu vou ser presa, era essa a idéia que ela tinha. Se ela fosse fazer a pesquisa, o comerciante mandaria prendê-la. (...) Depois, essa mulher estava indo lá no grupo UNIDAS, para falar com o gerente para reclamar, porque ela tinha sido cobrada abusivamente. (...) Quando ele acredita nisso, ele faz acontecer, porque ele acredita, não porque alguém diz. (...)”.

**... que passam  
a acreditar mais  
em seu  
potencial ...**

**... ao tomar  
consciência  
de que têm  
direitos ...**

“(...) eu estive (...) no DECOM (...) que trabalha unicamente a questão de consumo e fez aquela barulheira danada. Se eles tivessem a consciência, como eu fui trabalhada, e isso agradeço a ADEC. (...) A última vez que eu estive, foi uma questão de banco e você às vezes teme (...) porque ninguém consegue bater banco de frente e, mesmo assim, peguei a causa. Mas, se eu não tivesse tido esse processo todo, talvez eu tivesse aberto mão.”

“A questão de passar a ter cuidado com o que eu vou comprar, não ter tanta vergonha, ainda tenho vergonha de reclamar alguma coisa (...), mas antes era bem pior. Sabia que não estava sendo cidadã de verdade, (...) e a partir do momento que eu fui me educando, passei a ter mais cuidado, cheguei a ter falado com pessoas, dona do estabelecimento, que aquele produto não iria levar (...) Para mim, já foi um sucesso (...) Consegui mostrar que eu tinha direito e que estava lutando por ele.”

**... e de que pode  
lutar por eles,  
exercendo a sua  
cidadania,  
individualmente...**

**... ou  
coletivamente de  
forma  
organizada.**

“Teve um tempo aí que eles baixaram até os preços de muitas coisas, por conta das nossas pesquisas, porque eles ficaram com medo (...) Quando eles avistavam a gente, já pensavam que a gente ia perturbar (...) Então eu achei isso da maior importância, (...) a união, (...) a organização, as coisas podem mudar, (...)”.

A intervenção<sup>70</sup> realizada através do trabalho educativo da ADEC estaria desenvolvendo em seus participantes capacidades de análise crítica<sup>71</sup>, através da tomada de consciência de seus direitos e responsabilidades. Essa consciência estaria repercutindo na elevação da auto-estima destas pessoas, tornando-as confiantes em si e mostrando-lhes que, em determinadas situações, na relação com o mercado, elas têm direitos. Tudo isso pode ser traduzido em autonomia<sup>72</sup>, ou seja, no que Vargas (1997) chama de “afirmar-se como cidadão”.

Porém, ao mesmo tempo em que se verifica em todos os relatos o desenvolvimento de habilidades como avaliar informações e pensar criticamente ao tomar decisões, chama a atenção em um dos relatos a afirmação de que o DECOM trabalha unicamente com questões de consumo, levando a crer que essa pessoa não compreende o papel do órgão governamental citado. Como foi mencionado anteriormente neste documento, em Fortaleza não existe até o momento um órgão municipal ou estadual de defesa do consumidor, como o PROCON, por exemplo. O DECOM exerce multifunções, sendo uma delas a defesa do consumidor.

Assim, embora a ADEC signifique um espaço educativo para os seus membros, já que sua atividade principal é a educação, estes ainda carecem de melhor formação sobre os papéis e funcionalidade das organizações governamentais, não-governamentais e do setor privado, para que possam realmente afirmar a sua cidadania e colaborar com os demais participantes da ONG e da sociedade em geral.

### **Público atendido pela ADEC**

Para esta categoria de participantes, constituída apenas por mulheres, sendo a maioria senhoras com idade superior a 40 anos, desempregadas, subempregadas e pensionistas, a ADEC tem significado semelhante ao anterior, ou seja, é um espaço educativo. Para identificar o significado da ONG, neste caso, em

---

<sup>70</sup> Ver Vargas (1997) e Freire (2000).

<sup>71</sup> Este é um dos benefícios da educação do consumidor mencionados por Bannister (1993), ou seja, o ceticismo. Outros benefícios também foram identificados nos relatos como confiança e conhecimento.

<sup>72</sup> Idem ao 78.

uma primeira etapa, utilizou-se a dinâmica de trabalho com o grupo Phillips 66, do que resultou os relatos a seguir.

**A ADEC esclarece que temos direitos ...**

“A ADEC esclarece os consumidores sobre os seus direitos e as informações sobre os produtos estragados e sobre as datas de validade vencidas. Temos o direito de reivindicar sobre os nossos direitos.” (grupo um)

“A ADEC orienta e motiva a reconhecer e exigir nossos direitos como consumidores; auxilia na reivindicação de produtos de qualidade; orienta para uma boa alimentação; ajuda a reconhecer-se cidadão.” (grupo dois)

**... ajudando-nos a reconhecermos cidadãos...**

**... e solidários ao compartilhar o que aprendemos com outras pessoas.**

“É muito importante porque nos ajudou a dar valor ao que se compra. Descobrimos: saber exigir e reclamar os nossos direitos, valorizar o nosso dinheiro, não se deixar levar pelas propagandas, observar bem os alimentos se estão bom. Devemos passar estas informações para outras pessoas (...).” (grupo três)

Além de valorizar a educação, a ADEC também promoveria o valor da solidariedade<sup>73</sup> ao incentivar o compartilhamento entre as participantes do que é aprendido nas oficinas.

A segunda etapa para esta categoria foi selecionar, dentre as mulheres participantes, algumas<sup>74</sup> que mereceram destaque em suas intervenções durante a aplicação da dinâmica Phillips 66. Estas mulheres foram posteriormente entrevistadas individualmente em seus domicílios.

Após a entrevista, verificou-se mais uma vez que a ONG é vista por suas participantes como um espaço educativo, como pode ser observado a seguir pelos seus relatos.

“O povo toma mais conhecimento da situação. Porque, **às vezes, a gente sabe, mas fica quase dormindo** (...) e quando tem uma associação, todo mundo se interessa, participa.”

“Aqui é uma coisa sem limite. Ontem mesmo aconteceu um caso com a menina lá. Ela foi comprar e o preço era dois e pouco, foi pagar já era outro preço. Acho que é uma coisa

<sup>73</sup> Solidariedade é um dever do consumidor, de acordo com diretrizes universais da ONU.

<sup>74</sup> Foram selecionadas quatro, mas em uma das entrevistas a comunicação foi dificultada por uma terceira pessoa residente no domicílio.

importante para aprender (...) **A gente é tão pobre que (...) às vezes perde o que deveria ganhar**".

"Muito bom. A gente não entende, então uma Associação é muito bom para gente (...) **Tem tanta coisa que a gente tem direito e não sabe!**"

Nos relatos transcritos, há três trechos que merecem ser destacados (em negrito). O primeiro leva a entender que, mesmo sabendo de seus direitos, as pessoas nem sempre usam esse conhecimento em benefício próprio ou da coletividade, às vezes, é necessário lembrá-las de seu potencial para a tomada de decisões. O agente que promove ou pode promover a ação, motivando-as, é ou pode ser a ADEC.

Na mesma perspectiva do primeiro, o segundo trecho lembra o quão significativo é, em termos monetários, o que se perde ao não enfrentar os problemas surgidos (no caso, relação de consumo), sendo a ONG importante, pois lhes fornece ou pode vir a fornecer subsídios para tal enfrentamento. A mesma interpretação aplica-se ao terceiro relato.

Assim, para essa categoria, a ADEC é um espaço educativo que fornece subsídios necessários para a tomada de decisões cotidianas dessas mulheres e, por extensão, de suas famílias, no mercado, além de valorizar a solidariedade, através da socialização do que foi aprendido.

### **Testemunhas da história da ADEC**

O grupo que compõe esta categoria é formado por pessoas que participaram de alguma fase da história da ADEC e que, por algum motivo, atualmente não fazem mais parte dela. Estas pessoas, talvez por terem vivenciado a história da ADEC em fases diferentes, não apresentaram a mesma "uniformidade" sobre o significado da ONG, como aconteceu com as categorias anteriores. Antes de identificar os significados, apresentam-se a seguir alguns dos relatos ordenados cronologicamente de testemunhas da trajetória da organização em estudo.

**Relato****1**

“Uma associação de defesa do consumidor de baixa renda em um bairro é muito importante, haja vista que amplia conhecimentos sobre direitos não só do consumidor, como do cidadão, diminui a distância entre os consumidores e os órgãos no sentido de agilizar o andamento de processos. Outro ponto positivo é que os problemas são discutidos entre si e as soluções encontradas pela própria comunidade, quando isso é possível, pois alguns problemas não podem ser resolvidos lá, mas poderão ser mais facilmente encaminhados para as autoridades competentes. (...)” (Coordenadora do NECAF)

“Tudo o que venha a somar, em termos de organização da comunidade, de forma crítica, com ações transformadoras. (...) Então não importa a tática. Tudo o que venha a tornar o cidadão comum, que às vezes nem tem consciência que o é (...)”.

(Membro da diretoria da UMJIR na fase dois da história)

**Relato****2****Relato****3**

“Coisas ligadas a governo, a município e estado, eu acho que essas coisas dificilmente vai ter sucesso. Agora, não funciona ao nível de povão, funciona assim, do lado dos deles (...) Eu acho que a gente devia pensar nisso, porque eu acho que quando é uma coisa mais do povo, pode ser que funcione melhor, pelo menos, atende mais as necessidades do povo.”

(Ex-membro do grupo de donas de casa)

“A partir do momento que os consumidores da comunidade levam reclamações (...) na compra de algum objeto, que ele foi lesionado, então a ADEC é importante no sentido de orientar aquele consumidor (...) E que isso existe muito na periferia, os direitos das pessoas, em geral são desrespeitados. Quando você vai comprar a mercadoria e a mercadoria é vendida, a pessoa tem medo de reclamar. (...) Então, tem pessoas que pagam isso, porque não conhecem seus direitos. Eu acho que a ADEC é importante no sentido de orientar as pessoas, não para fazer pelas pessoas, mas para orientar.”

(Ex-participante da ADEC na fase três da história)

**Relato****4**

No **relato um**, a ADEC é entendida como um organismo de defesa do consumidor e do cidadão ou, simplesmente, do consumidor-cidadão, e tem por objetivo orientar as pessoas sobre seus direitos, podendo inclusive ser um intermediário entre estas e os setores público e privado. Esta intermediação também

poderia ocorrer em termos de conciliação de pequenos conflitos entre consumidor e fornecedor local. Essa visão remete à idéia inicial do programa OCBR, que era a de capacitar os ADLs para realizar, além das atividades educativas, o atendimento ao consumidor do bairro que incluiria orientação, encaminhamento das pessoas aos órgãos competentes e realização de pequenas audiências conciliatórias. Desse modo, se a ADEC tivesse mantido a orientação do programa<sup>75</sup>, hoje funcionaria como um PROCON em pequena escala, atendendo a população do bairro Jardim Iracema e exercendo um papel que seria do Estado.

Se no relato um visualiza-se a ADEC como um PROCON em miniatura. No **relato dois**, não foi possível identificar o significado da ONG para o entrevistado, pois este falou sempre com muita cautela e de modo geral das organizações comunitárias, definindo o que entende como ideal, mas não se referindo especificamente à organização em estudo.

No **relato três**, a entrevistada fala de sua desconfiança em relação às iniciativas governamentais, entendendo que as iniciativas da sociedade civil, como, por exemplo, a ADEC, são mais confiáveis, pois conseguem atender mais e melhor as necessidades da população. Porém, em relato não gravado, a entrevistada não conseguiu identificar o papel da ADEC na comunidade, visto que nem sabia da existência da mesma, embora tenha participado do CRDC na fase dois da história<sup>76</sup>.

Para finalizar, o **relato quatro**, assim como aqueles das categorias anteriores, visualiza a importância da ADEC em seu trabalho de orientação aos consumidores do bairro, os quais geralmente desconhecem seus direitos e, por isso, não lutam por eles.

Assim, para essa categoria, a importância da ADEC estaria em suas atividades de defesa e de educação do consumidor local. Entretanto, o tipo de defesa do consumidor explicitado pelo relato um não combina em nada com a orientação do relato quatro, pois, enquanto o primeiro traduz-se por assistência extrajudicial, em que membros da ONG exerceriam o papel de "advogados" e, portanto, fariam a defesa do consumidor, o segundo entende que a organização deve apenas orientar (educar) as pessoas e não fazer por elas. A diferença entre um e outro está nas idéias de dependência do primeiro e de autonomia do segundo, através da autodefesa.

---

<sup>75</sup> A coordenadora do NECAF acompanhou de forma mais direta o programa OCBR na fase 2 da história, ou seja, no início deste.

<sup>76</sup> Esta testemunha também foi indicada para entrevista por liderança da UMJIR e participou por acaso de uma das reuniões organizadas pelo autor deste trabalho.

### **Membro do programa OCBR da ONG VIDA Brasil!**

Nesta categoria, contou-se com a colaboração de apenas uma pessoa, a ex-coordenadora e atual técnica do programa OCBR. Esta considera a ADEC como um espaço de defesa e informação do consumidor, mais especificamente do de baixa renda, como se observa a seguir.

“A importância deve-se a: eles não têm acesso a serviços públicos que fazem a defesa do consumidor, tampouco têm informação; são pessoas que estão numa faixa de renda abaixo do que é digno; é uma associação que agrega valores, que expande ações, visto que não trabalha apenas com alimentação, moradia (...) Não quero dizer que ela faça isso, mas está se estruturando para”.

A ADEC, para a entrevistada, é importante, pois está se estruturando para defender e informar o consumidor do bairro, suprimindo, assim, lacunas deixadas pelo Estado. Esta organização, dentre as três<sup>77</sup> existentes em Fortaleza, segundo a entrevista, foi a única que conseguiu projeção nacional através do Fórum Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC), do qual é membro.

Ela entende ser importante que a ADEC realize o serviço de atendimento ao consumidor, mesmo que seja para diagnosticar as necessidades locais, embora há muito tempo a ADEC não realize tal serviço. Quanto à presença de um profissional da área de Direito, ainda não tem clareza se este deve ou não estar presente na organização, mas, se for preciso, o programa contratará um para realizar atendimento no bairro.

Assim, não há dúvida de que o programa OCBR da ONG VIDA Brasil! orienta a ADEC no sentido de realizar atividades semelhantes as de um PROCON, ou seja, de defesa e informação do consumidor. Tal orientação dada à ADEC, provavelmente, segue diretrizes dos agentes de cooperação internacional.

---

<sup>77</sup> O programa OCBR trabalhou em três bairros e estruturou três ONGs de defesa do consumidor, dentre elas a ADEC.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

### 5.1 Conclusão

A reconstrução da história da ADEC, por meio de informações extraídas de documentos e, principalmente, de fontes vivas (pessoas), permitiu entender sua origem, sua atuação, bem como identificar e analisar o significado desta para seus participantes.

Mesmo sabendo-se que a história é contínua e pode sofrer mutações, transcrevem-se, a seguir, as conclusões sobre um recorte desta, tendo como limite os resultados e discussões apresentados.

A primeira conclusão diz respeito ao processo de criação da ADEC. Seu surgimento deu-se a partir da perspectiva de organizar o consumidor de baixa renda e não por iniciativa ou por uma demanda declarada das classes populares, mas delineada em um projeto, o programa trienal (1996-1998) Organização do Consumidor de Baixa Renda (OCBR) da ONG VIDA Brasil!, seguindo orientações político-normativas, desenvolvimentistas e democratizantes de agentes de cooperação internacional.

Assim, a idéia de implementar o programa OCBR foi apresentada a lideranças da União dos Moradores do Jardim Iracema (UMJIR) como um projeto que já estava em execução em dois outros bairros (Vila Ellery e Bom Jardim), sendo o objetivo deste organizar o consumidor “através de relações democráticas e participantes, onde a comunidade é o ator ativo do seu desenvolvimento bio-psico-social objetivando alcançar um nível de qualidade de vida digno” (Cruz, 1997).

Com relação à participação, é questionável a autonomia da comunidade, pois a proposta de trabalho era nova e havia pouca compreensão sobre ela, limitada inclusive pela falta de escolaridade de alguns de seus atores. Utilizou-se o brinde como estratégia para incentivar a participação do grupo de donas de casa as quais, ao

perdê-lo, desmotivaram-se. Os resultados, como sinônimo de eficiência, foram condicionados por metas impostas.

A outra conclusão é sobre o significado da ADEC para os seus participantes, dividindo-se em duas perspectivas. A primeira considera a ONG importante para informar e defender o consumidor de baixa renda, já que estes não teriam acesso tão facilmente a tal serviço através do Estado. Essa idéia remete às orientações dadas aos CRCs pelo programa OCBR, que idealizava tais centros como uma mistura de NECAF e PROCON em pequena escala. A segunda perspectiva, representada pela maioria dos participantes, entende que o papel da ADEC é o de educar as pessoas, subsidiando conhecimento para que estas possam realizar a sua autodefesa.

O fato é que nenhuma dessas perspectivas foram observadas na prática. A primeira, porque a proposta verbal da diretoria da ADEC é de educar as pessoas e não realizar atendimento pessoal na sede da associação para tirar dúvidas ou coisa semelhante. Afirma-se que é verbal, pois, além do discurso de que existe uma proposta “muito boa, muito bem aceita”, esta não foi documentada ou esclarecida verbalmente. Isso demonstra a imaturidade e inconsistência do trabalho que é realizado.

Se não há proposta, conseqüentemente, a segunda perspectiva também não é real, na medida em que a prática da ADEC tem sido, principalmente, reproduzir socialmente os conteúdos repassados em capacitações promovidas pela ONG VIDA Brasil!. Assim, o significado dado pelos participantes da pesquisa pode ser entendido muito mais como uma projeção do desejado, ou seja, o que as pessoas gostariam que a ADEC fosse.

Nesse contexto, a ADEC, em meio a diretrizes que questiona, mas sem uma proposta alternativa clara, a resultados que a condicionam e a um apoio financeiro que a torna dependente, no decorrer de sua história, vem tentando encontrar sua identidade. Entretanto, essa busca tem acontecido de forma “míope”, esbarrando aqui e ali, sem encontrar o caminho que leve a essa identidade, já que a atual foi doada. E o que é pior, o manual de instruções dessa forma de organização popular de consumidores não veio junto.

Deseja-se que este estudo tenha sido ou venha a ser de grande utilidade para o movimento brasileiro de consumidores e, em específico, para as organizações de consumidores de baixa renda no contexto urbano de Fortaleza e que, por meio das descrições e análises feitas, se possa reavaliar a forma e o conteúdo das ações

desenvolvidas por essas ONGs. As análises feitas possivelmente contribuirão para o crescimento social, político e educacional dessas associações.

Esta pesquisa foi também um aprendizado para o autor que pôde fazer uma auto-reflexão sobre a sua prática de profissional e estudioso da área de educação do consumidor e rever conceitos que passam despercebidos em razão do ativismo cotidiano. Foi um exercício motivador analisar conceitualmente a educação do consumidor acabando por descobrir como era mecânica a forma de facilitar as oficinas educativas supostamente críticas, quando na verdade estava inconscientemente difundindo idéias sem refletir. Outro aspecto enriquecedor foi conhecer mais sobre o pioneirismo dos cursos de Economia Doméstica do Brasil na educação do consumidor e sua influência no trabalho das organizações de defesa do consumidor.

## 5.2 Limitações

Entre as limitações que fizeram parte da construção deste estudo, convém salientar a escassez de tempo para a coleta das informações, que impediu o amadurecimento necessário das informações entre uma coleta e outra, bem como a falta de acesso a documentos importantes como os relatórios do programa OCBR e outros.

## 5.3 Recomendações para futuros estudos

Este estudo foi apenas o começo. É necessário, ainda, preencher algumas lacunas referentes ao significado de uma associação de defesa e educação do consumidor de baixa renda para os seus participantes. É importante, neste aspecto, identificar e relacionar as representações construídas com as diferentes fases da história. Indaga-se ainda, o significado dessa associação para as outras organizações que compõem o Fórum Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor, já que a ADEC tem uma característica singular, a de representar os consumidores de baixa renda. Estas são apenas algumas das diversas questões que poderiam ser problematizadas em posteriores pesquisas.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABONG. **Estatuto da ABONG**. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/>>. Acesso em 26 de outubro de 2001.

ADEC. **Ata da Assembléia Geral de Fundação**: instalação, eleição e posse da Associação de Defesa e Educação do Consumidor – ADEC. Fortaleza: ADEC, 1999a. 5 p.

\_\_\_\_\_. **Estatuto da ADEC**. Fortaleza: ADEC, 1999b. 11 p.

\_\_\_\_\_. **Estatuto da ADEC**. Fortaleza: ADEC, 2001. 11 p.

ADOCON-TB. **Histórico da associação de donas de casa e consumidores de Tubarão-SC**. Tubarão, SC: ADOCON, 2000. (mensagem pessoal)

ALENCAR, E. **Introdução à metodologia de pesquisa social**. Lavras, MG: UFLA, 1999. 125 p.

ANASTÁSIA, Carla. 500 anos de indústria: os primeiros teares, a substituição de importações e a inserção global. **Revista Estado de Minas Economia**. Redescobindo o Brasil, Belo Horizonte, p. 18-32, 2000.

ANS. Quinze meses de trabalho. **Boletim Action Nord Sud**. Fortaleza, CE, janeiro de 1995

ARMANI, D. **Breve mapa do contexto das ONG's brasileiras**. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/>>. Acesso em: 23 de outubro de 2001.

BAER, W. **A economia brasileira**. São Paulo: Nobel, 1996. 416 p. p. 87-103.

BANNISTER, R. **Educação do Consumidor**. Tradução de M. C. Faria. Michigan: Instituto nacional para a educação do consumidor/Colégio de Educação/Eastern Michigan University, 1993.

BRASIL. Secretaria de Educação Fundamental. **Parâmetros curriculares nacionais: terceiro e quarto ciclos: apresentação dos temas transversais**. Brasília: MEC/SEF, 1998. 436 p.

CEARÁ, Assembléia Legislativa. **Código de Defesa do Consumidor**: Lei 8078, de 11 de setembro de 1990. Fortaleza: INESP, 1999. 160 p.

CEARÁ. **Fórum Permanente de Defesa do Consumidor no Estado do Ceará**. Fortaleza: Comissão de Defesa do Consumidor/Assembléia Legislativa do Ceará, 2000. (folheto)

CONSUMERS International. **La Protección del Consumidor: ¿Cómo Estamos?: Día Mundial de los Derechos del Consumidor**. Chile: Consumers International, 1999. 40 p.

CONSUMERS International. **Membros**. Disponível em: <http://www.consumersinternational.org>. Acesso em: 12 de agosto de 2001.

CRUZ, A. T. B. A organização do consumidor de baixa renda. In: III Encontro Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor, 1997, São Paulo. **Anais...** São Paulo: IDEC, 1997. 47 p. p. 17-18.

DEMO, P. Educação, cultura e política social. Porto Alegre: Feplan, 1980. 122p.

DN. População do Jardim Iracema necessita de saneamento básico. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, CE, 2 de janeiro de 1989. Grande Fortaleza, p. 16.

DN. Rua prof. Valmir no Jardim Iracema é foco de muita doença. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, CE, 23 de junho de 1994. [s.p.].

DN. Moradores do Jardim Iracema querem escola de ensino médio. **Diário do Nordeste**. Fortaleza, CE, 11 de abril de 2001. [s.p.].

DOIMO, A. M. **A vez e a voz do popular: movimentos sociais e participação no Brasil pós-70**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995. 353 p.

ELLWOOD, W. **Gerando poder**. Pernang, Malásia: IOCU, 1984. (texto traduzido)

EVERS, T. Os movimentos sociais urbanos: o caso do "movimento do custo de vida". In: MOISÉS, J. A., LIMA, L. G. de S., EVERS, T.. et. al. **Alternativas populares da democracia: Brasil anos 80**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1982. 139 p. p. 73-98.

FALCÃO, M. F. P. **Fortaleza em preto e branco**. Fortaleza: IPLANCE, 1996. 120 p.

FAZENDA. Plano Real. Disponível em: <http://www.fazenda.gov.br/portugues/document/publica.html>>. Acesso em: 15 de agosto de 2001.

FNECDC. Plano de Trabalho 2000-2001 (versão preliminar). Fórum Nacional das Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor (FNECDC). 2000.

FONSECA, M. T. L. da. **A Extensão Rural no Brasil**, um projeto educativo para o capital. São Paulo: Loyola, 1985. 191 p.

FREIRE, P. **Pedagogia da Autonomia: saberes necessários à prática educativa**. 15 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000. 165 p. (coleção leitura)

GARCIA, R. L. (org.). **Orientação educacional: o trabalho na escola**. São Paulo: Loyola, 1990.

GOHN, M. G. **Teoria dos movimentos sociais**: paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo: Loyola, 1997.

GARMAN, T. The consumer movement continues to evolve. In: **Consumer Economic Issues in América**. 2 ed. Houston, Texas: Dame Publications, 1993.

HAGUETE, T.M.F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000. 224 p.

IDEC. **III Encontro Nacional de Entidades Cíveis de Defesa do Consumidor**. São Paulo: IDEC, 1997. 47 p.

IDEC. **Manual do idec**. São Paulo: idec, 2000. (documento impresso)

INSTITUTO do Consumidor de Portugal. **A Sociedade de Consumo e o Consumerismo**: Educação do Consumidor, Porquê? Instituto do Consumidor, Portugal, 2001. Disponível em: <<http://www.ic.pt/ica/plsql/revista.home?num=99>>. Acesso em: 29 de agosto de 2001.

LANDIM, L. **A invenção das ONG's**: do serviço invisível à profissão sem nome. Rio de Janeiro: UFRJ, 1993. 398 p. Tese de doutorado em antropologia social. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1993.

LANDIM, L. **Notas para um perfil das ONG's**. Disponível em: <<http://www.abong.org.br>>. Acesso em: 23 de outubro de 2001.

LAZZARINI, M. O movimento dos consumidores no Brasil. In: Seminário Internacional: O consumidor no contexto da globalização, 1997, São Paulo. **Anais...** São Paulo: IDEC, 1997. 48 p. p. 10-12.

LIBÂNEO, J. C. **Didática**. São Paulo: Cortez, 1992. 261p. (coleção magistério – 2º grau. Série formação do professor)

MAYER, R. N. Thoughts in women's contributions to the modern consumer movement. In: **Advancing the consumer interest**. Utah: University of Utah, 1998.

McGREGOR, S. Uma justificativa para integrar educação do consumidor e educação para a cidadania. Traduzido por: Neuza Maria da Silva. **Journal of Consumer Studies & Home Economics**, 23, 4 december 1999. p. 207-211

MDC-MG. **Histórico do movimento das donas de casa e consumidores de MG**. Belo Horizonte, MG: MDC-MG, 2000. (mensagem pessoal)

MDCC-RS. Histórico do movimento das donas de casa e consumidores do RS. Porto Alegre, RS: MDCC-RS, 2000. (mensagem pessoal).

MEKSENAS, P. **Sociologia da educação**: introdução ao estudo da escola no processo de transformação social. 6 ed. São Paulo: Loyola, 1994. 109 p. (coleção escola e participação)

MENESCAL, A. K.. **História e gênese das organizações não governamentais**. Disponível em: <<http://gapamg.skynet.com.br/xenong/textosparadiscussão.htm>>. Acesso em: 24 de outubro de 2001.

MORAIS, V. S. P. M. e SILVA, N. M.. Estudo exploratório sobre a necessidade de educação do consumidor. **OIKOS: Revista Brasileira de Economia Doméstica/Associação Brasileira de Economistas Domésticos**. Viçosa, MG, v. 10, n. 1, 1997. p. 23-43

NECAF. Quem defende o consumidor no Ceará. **Jornal Consumidor Alerta**. Fortaleza, julho-agosto de 1995. n. 4, p. 5.

O POVO. Órgão do consumidor está em péssimas condições. **O Povo**. Fortaleza, CE, 1 de agosto de 1996. [s.p.]

PEREIRA, W. C. C. Dinâmicas de grupos populares. **16 ed. Petrópolis, RJ: Vozes**, 2000. 159 p.

PMF-SAG. **A cartilha da reforma administrativa**: melhor para Fortaleza, melhor para você!. Fortaleza: Prefeitura Municipal de Fortaleza: Secretaria de Ação Governamental, [s.d.]. 13 p.

PROGRAMA de Educación de los consumidores. Carta de la Red Regional de Educación del Consumidor, n. 8, octubre del 2000. Consumers International. **Género y Educación del Consumidor** / Notícias de La Red. p. 7. 15 p.

QUADROS, T. Mudanças nas políticas de cooperação internacional e impacto sobre as ONG's. In: Seminário Internacional sobre "Desarrollo local e regional em Iberoamérica", 1999. Santiago de Compostela. **Anais...** Santiago de Compostela: USC, 1999. (cópia não paginada).

SAG-PMF. **Aspectos demográficos 1999**. Fortaleza: Secretaria Municipal de Ação Governamental/Prefeitura Municipal de Fortaleza, 1999. (planilha)

SANDRONI, P. **Novíssimo dicionário de economia**. 4 ed. São Paulo: Best Seller, 2000. 649 p.

SCHERE-WARREN, I. ONG's na América Latina: trajetória e perfil. In: VIOLA, E. D. (org.). **Meio Ambiente, desenvolvimento e cidadania**: desafios para as ciências sociais. São Paulo: Cortez, 1995. p. 161-180.

SEB-CE. **Matrícula inicial do ensino fundamental por série e idade**. Fortaleza: Estado do Ceará/Secretaria de Educação Básica/Coordenadoria de Planejamento e Política Educacional/Central de Dados, 2000. (relatório impresso)

SETAS. **Informações sociais**: consulta dados de atividades. Fortaleza: SETAS: FAS: Fichário Central, 2000. (relatório impresso)

SILVA, A.E.H. Três décadas de defesa do consumidor no Brasil: 1970, 1980 e 1990. In: XVI Congresso Brasileiro de Economia Doméstica, 2001, Viçosa, MG. **Anais...** Viçosa, MG: ABED, 2001. p. 431-437

TRIBUNAL de Justiça do Estado do Ceará. Circunscrições dos juizados especiais cíveis e criminais. Disponível em: <[http://www.tj.ce.gov.br/in\\_circunscricoes\\_juizados.asp](http://www.tj.ce.gov.br/in_circunscricoes_juizados.asp)> Acesso em 8 de setembro de 2000.

TRÍMBOLI, J. e ITURRA, R. Educación del consumidor: una propuesta educativa para América Latina y El Caribe. In: TRÍMBOLI, Juan. Educación del Consumidor: Democracia y Ciudadanía. Santiago de Chile: Consumers International, 1997. 33 p. p. 3-18.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987. 175 p.

TUCCORI, P. **Características do Movimento de Defesa do Consumidor no Brasil**. In: X Congresso Internacional de Proteção ao Consumidor da IOCU, 1981, Haia, Holanda. Anais ... Haia, Holanda: 22-26 de junho de 1981a. (texto avulso)

TUCCORI, P. **Proteção ao Consumidor**: somente para os ricos?. São Paulo: PROCON-SP, 1981b. 5 p.

UMJIR. **Histórico**. Fortaleza, CE: União dos Moradores do Jardim Iracema, 1998. (documento impresso)

UFV, Depto de Economia Doméstica. **A Educação do Consumidor nos Países em Desenvolvimento**. Viçosa, MG: DED/UFV, 1983. 6p.

VARGAS, J. O. Ciudadanía y Consumo. In: TRÍMBOLI, Juan. Educación del Consumidor: Democracia y Ciudadanía. Santiago de Chile: Consumers International, 1997. 33 p. p. 26-33.

VIDA Brasil!. **Projeto Organização do Consumidor de Baixa Renda – 1999/2001**. Fortaleza: VIDA Brasil!, 1999. (não paginado).

VIEIRA, C. M.. **A contribuição dos organismos de consumidores para a promoção da qualidade dos alimentos**. Campinas, SP: Unicamp, 1999. (tese de mestrado)

ZÜLZKE, M. L. **Abrindo a empresa para o consumidor**. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1990. 156 p. p. 3-45.