

Um longo caminho em direção à supremacia do coletivo sobre o privado na pauta da 6ª Conferência

O presidente da CNseg, Marcio Coriolano, fala aos presentes na abertura do evento

Cerca de 250 profissionais do mercado segurador, além de autoridades de órgãos de defesa do consumidor e especialistas na matéria, participaram da **6ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros**, realizada pela CNseg, nesta quinta-feira, 29, em São Paulo, para avaliar ações adotadas e novas iniciativas no campo das relações consumeristas. Entre outras lideranças, Marcio Serôa de Araújo Coriolano, presidente da CNseg; João Francisco Borges da Costa, presidente da FenSeg; Edson Franco, presidente da FenaPrevi; Solange Beatriz Palheiro Mendes, presidente da FenaSaúde; e Marco Barros, presidente da FenaCap. O titular da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), Armando Luiz Roval, também participou da mesa de solenidade de abertura, ao lado de Helena Mulim, diretora de Susep, que representou o superintendente da Susep, Joaquim Mendanha de Ataídes. O diretor executivo da Escola Nacional de Seguros, Renato Campos, o presidente do Sindicato das Seguradoras de São Paulo, Mauro Batista; e o vice-presidente da Fenacor, Alexandre Camilo, representando a categoria, integraram a mesa de abertura.

Em discurso de boas-vindas aos participantes, Marcio Coriolano propôs uma reflexão coletiva para ampliar o diálogo relacionado à proteção do consumidor, com a inclusão de novos atores e temas. Segundo Coriolano, sua exortação pela reflexão conjunta está alinhada a propostas do secretário da Senacon, para quem o Estado deve ir além da simples defesa do consumidor e focar na prevenção dos delitos do consumo. Segundo disse o secretário em recente entrevista, nossos esforços devem focar na construção de um ambiente de maior prevenção de conflito e de danos ao consumidor. “A agenda deveria ser centrada na consolidação de uma sociedade mais apta a prevenir problemas e menos dependente de ações de reparação”.

Para Marcio Coriolano, as propostas do secretário têm grande alcance social e representam uma transformação no padrão de relacionamento dos últimos anos, exigindo uma profunda reflexão de todos.

Nesse sentido, pedindo licença para vestir o chapéu de economista, Marcio Coriolano lembrou que a teoria econômica é fundada em dois importantes marcos teóricos: a teoria do consumidor, mais conhecida como microeconomia; e a teoria macroeconômica, esta a dos grandes agregados da vida das nações, como produto, a renda e o emprego.

Segundo Marcio Coriolano, a teoria do consumidor surgiu início do século 19º e é fundada na teoria da escolha feita pelas pessoas. Estas escolhas levam em conta o orçamento e as preferências das

pessoas. Estes fatores, acrescenta, encontram-se na chamada curva de utilidade, como chamavam os economistas clássicos, na qual empresas e consumidores interagem para maximizar seus interesses. O consumidor maximiza utilidade e seu orçamento, e as empresas, resultados. Essa era o princípio basilar da teoria de escolha dos consumidores. “E pouco sabem que foram justamente as interações surgidas naquele período as responsáveis pelo desenvolvimento de conceitos como hipossuficiência, assimetria de informações, seleção adversa, poderes de monopólio e oligopólios. Todos são oriundos da ciência econômica neoclássica, cujos conceitos pautam até hoje as relações consumeristas. Foram, então, esses avanços teóricos e sua aplicação prática na vida dos cidadãos que promoveram uma evolução significativa da consciência ativa dos consumidores e da regulação dos mercados pelas instâncias governamentais, como Susep, ANS e outras, resultando no empoderamento do consumidor como hoje conhecemos”.

A par dos avanços da compreensão do papel do consumidor e de seu empoderamento, parece que “não estamos tendo o mesmo avanço quando se trata da sociedade como um todo. A meu ver, parece que pode ser isso que estaria, entre outras questões, no âmbito dos comentários do secretário da Senacon. E como dar um salto no circuito de reparação de danos para a prevenção? Na dúvida do que diz respeito a essa nova era das relações de consumo, estamos diante da grande pergunta para qual devemos arduamente buscar respostas. Busca essa que cabe a todos nós, consumidores no sentido amplo, seja na condição de pessoa física, jurídica ou representantes dos poderes constituídos da sociedade civil”.

Prosseguindo, Marcio Coriolano destaca que “nesse ambiente atual, que extrapola as relações de indivíduos, interagem os agentes da sociedade como um todo, inclusive os poderes constituídos. Nesse espaço, acontecem as propostas legislativas, os projetos de lei; as normas do Executivo, que alcançam empresas, cidadãos e seus interesses de diversas formas; e as sentenças judiciais, ou judicialização.

Nessa conjunção complexa da teoria da sociedade, diz, surgem novas relações entre consumidores e gestores da seguridade privada. Por exemplo, ao contrário da teoria do consumidor neoclássica, o foco agora deve ser a sustentabilidade dos sistemas e não mais o interesse individual do consumidor; o direito coletivo, em lugar do individual; não mais soluções de equilíbrio de curto prazo, como propunha a teoria clássica de interação entre empresas e consumidores, mas aquelas que deem conta de temas prospectivos, como a longevidade, o esgotamento de recursos escassos, a ética na política, entre outros pontos.

Coriolano disse não uma resposta pronta para esta reflexão coletiva proposta aos participantes da 6ª Conferência, mas reconheceu que o Programa de Educação em Seguros da CNseg está em linha com estas relações de consumo cada vez mais complexas. Esse programa, explicou, busca dar um salto nas relações do mercado com a sociedade, evidentemente tendo o consumidor como seu centro. Porém, busca alcançar mais do que o consumidor; mira um universo maior, que englobe as relações da sociedade como um todo e propostas e dilemas estruturantes que precisam avançar cada vez mais na direção da redenção de conflitos”.

Fonte: [CNseg](#), em 30.09.2016.