

## **Desabafo**

*J. Roberto Whitaker Penteado*

Recentemente, o programa Cassetta & Planeta exibiu um quadro cômico, que muito divertiu os seus milhões de espectadores em todo o Brasil: um cliente de uma empresa de telecomunicações tentava - pelo telefone - cancelar a sua assinatura e não conseguia. A empresa usava de todos os subterfúgios possíveis para evitar atender ao desejo do seu cliente.

Admito que - contado da maneira como contei - não parece muito engraçado. Aliás, simplesmente não parece engraçado. Porque não é. Não sei se acontece em todo o mundo, mas - no Brasil - sei, por dolorosa experiência própria, que é quase impossível cancelar pelo menos três serviços: telefone celular, cartão de crédito e assinatura de TV paga.

Já concordamos que não é engraçado. Agora, pergunto: isso é razoável - ou mesmo admissível? Vejamos. Quem são as organizações que operam esses serviços? São gigantescas multinacionais que controlam a telefonia celular, embora se escondam por trás de nomes de fantasia como Vivo e Oi. São também grandes anunciantes - atualmente os maiores. E os cartões de crédito? Iguamente imensas instituições de créditos e grandes bancos. Os maiores do mundo, como o Citibank. E a TV por assinatura? De novo, não se tratam de empresas de fundo de quintal, mas dos nossos maiores grupos de comunicações, como a Abril e a Globo.

Vamos continuar o exercício de dar nomes a esses bois. Os fatos descritos acima - comprovados por mim e quase certamente por você, leitor - utilizados como piada em programa de grande audiência da nossa maior rede de TV - não se tratam de formas mais ou menos sutis de apropriação indébita do dinheiro de pessoas que, de boa fé, pagam anuidades e assinaturas? Será roubo, furto, estelionato, burla, logro, embuste - ou o quê? Pode checar no dicionário. Seja qual for a definição, trata-se de crime. C-r-i-m-e. Transgressão imputável da lei penal por dolo ou culpa, ação ou omissão (Houaiss).

Mas, antes que me processem, quero declarar aqui - alto e em bom tom - que as empresas e os setores mencionados no meu texto estão longe de ser as únicas a praticar atos lesivos a seus clientes. Vamos encontrar safadezas parecidas - e piores - nas organizações de varejo, na indústria automotiva, de eletro-eletrônicos, serviços públicos, turismo, hotelaria, alimentação, produtos para animais de estimação, medicina, pecuária - aqui e no exterior. Não faltará uma só atividade econômica na relação.

O que significa isso? Sei que estou exagerando nas perguntas - mas são evidência da minha perplexidade. Trabalho em marketing há 45 anos, exercí uma grande variedade de funções em muitas empresas. Sei que não se tratam de quadrilhas - nem somos bandidos. Mas há alguma coisa de errado num sistema que proclama - há mais de cinco décadas - que o consumidor é rei - e ainda admite afrontas como essas.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Desabafo. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, jun. 2004. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=315&ID=211>> Acesso em: 21 set. 2009.