

Serviços para Robôs

J. Roberto Whitaker Penteado

Escreví - para o caderno Propaganda & Marketing - um artigo sobre problemas que eu e minha mulher tivemos com o cartão do Personalité, do Banco Itaú. Basicamente, não conseguimos vencer uma verdadeira corrida de obstáculos contra uma máquina que recusava, primeiro, o cartão, depois aceitava, mas propunha vários quadrinhos, para digitar números "0 ou 1", "2 ou 4", no lugar da antiga senha, de números estáveis. A seguir - depois que escolhíamos modestos R\$ 100 - aparecia nova tela, pedindo que registrássemos, em seqüência, dois dígitos de alguma coisa e mais "o mês de nascimento" (sem que ficasse claro se o mês de maio devia ser 5 ou 05). Aí vinha algo como "digite os 2 primeiros algarismos do número do seu cartão". Por esse não passamos. Deu êrro e a ameaça de bloquear a conta se não ligássemos imediatamente para o banco, "utilizando o telefone ao lado" que não estava ao lado. Na ocasião Elza, minha mulher, comentou: "Acho que o Itaú encomenda esses programas de segurança àqueles garotos que fazem joguinhos de computador..."

Pode ser. Mas depois desse episódio com o Itaú - que, faço questão de registrar nessa revista de marketing, é uma grande e respeitável empresa - tive de abrir uma conta no Banco Real - outra respeitabilíssima instituição, de origem holandesa, a ABN AMRO.

Para utilizar o meu cartão de débito e ATM (Automatic Teller Machines, nome antigo dos atuais terminais eletrônicos) tive de aprender (e tentar decorar) nada menos do que cinco senhas diferentes. Mas o mais extraordinário estava por vir, quando fui instruído pela minha gerente para fazer o primeiro registro - através do meu PC do escritório - para poder usar o atendimento via internet e ser feliz para todo o sempre.

Foi com o "nome do usuário". Precisava reduzir, para um campo de uns 12 dígitos, o meu comprido nome de batismo, que meus pais desavisados, decidiram que teria trinta! Comecei pelo óbvio: Whitaker. A máquina recusou: já existe. Tentei RWhitaker. Também já estava ocupado (por algum Ricardo ou Renata, quem sabe). Fiz variações em torno de Penteado. Nada. Tudo ocupado. Minha família deve ter grande preferência pelo Real Amro...

Tentei "Minhoca". Agora tem de passar - pensei. Não passou. Liguei imediatamente para Suely, minha gerente. Suely, estou ligando para dizer que faço a mais absoluta questão de conhecer o Sr. ou Sra. Minhoca, cliente do seu banco! Depois de rir bastante, Suely até que teve uma resposta expediente: Professor, acho que o banco tem pelo menos um outro cliente tão criativo como o senhor. Tente a abreviação do seu nome no cartão de débito. Funcionou.

Tenho conversado com amigos meus, que trabalham em bancos - e até alguns que presidem bancos. Não parecem emocionar-se com essas minhas experiências. A maioria dos clientes - dizem-me - também não.

Mas não consigo aceitar isso. Dá para fazer as contas fantásticas: junte os bancos que você usa, os log-ins dos sites que frequenta na internet, as senhas das assinaturas de publicações, os cartões diversos para crédito, milhagem, identificação, alarmes contra ladrões, cofres e fechaduras, segredos de malas, maletas e capangas e tudo o mais de que simplesmente não me lembro agora.

Acho que estamos diante de uma inaceitável invasão de privacidade ou, até mesmo, de uma coação indevida - que, provavelmente, logo virá a ser contestada na justiça, em algum lugar do mundo. Espero.

PENTEADO, J. Roberto Whitaker. Serviços para Robôs. **JRWP - J. Roberto Whitaker Penteado**, Rio de Janeiro, maio 2004. Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=315&ID=208>>. Acesso em: 25 set. 2009.