

## **Marketing na Marra**

*J. Roberto Whitaker Penteado*

*Não se atinge a virtude pela repressão. - Mihaly Csikszentmihalyi*

Primeiro foram os bancos. Governos municipais tentaram (sem muito sucesso e sem muito amparo legal, é verdade) instituir normas para que os clientes não tivessem de esperar muito tempo, em filas, para ser atendidos. Depois foi o governo federal, que passou um pito simbólico na Febraban, dizendo: tratem de competir direitinho, diferenciando os serviços e as taxas que cobram de seus clientes. E cobrem mais barato; seus lucros estão muito altos!

Como a maioria dos brasileiros, eu trabalho com 2 ou 3 bancos (sem contar a Caixa Econômica, para o fundo de garantia) e não percebi nenhuma redução nas tarifas que me são cobradas. Assim como – pelo que sei – são ainda os bancos particulares os campeões brasileiros de lucratividade.

Agora, estamos todos sabendo - dos jornais, rádio e televisão - que este magnânimo governo que o povo elegeu está mais uma vez exercendo o seu direito de tutela (auto-outorgado) dos desamparados cidadãos consumidores em relação às estrepolias das operadoras de telefonia, que aqui se instalaram quando o setor foi desmilitarizado e privatizado. O release da ANATEL é de fazer sonhar: as operadoras não poderão mais cancelar os créditos dos pré-pagos, não há mais prazos de carência, será obrigatório montar esquemas de atendimento pessoal e individualizado – feitos por pessoas de carne e osso, não poderão ser cobradas chamadas “fantasmas” (com mais de 2 meses de que os clientes nem se lembram mais), chamadas de emergência serão gratuitas, os cancelamentos de contrato terão de ser atendidos em até 12 horas, o serviço não pode ser cortado se não for comprovada inadimplência séria – e por aí a fora. Lindo.

Diante dessas novidades, contudo, um detalhe aflora à mente: se essas coisas estão sendo proibidas, é porque estavam sendo praticadas. E continuam, pois essas normas todas têm prazos a perder de vista para serem cumpridas. Então, em português claro: os bancos estão explorando seus clientes e combinando entre si os valores das tarifas; as operadoras de telefonia cancelam direitos adquiridos dos usuários de cartões pré-pagos; não atendem corretamente aos seus clientes – ou, quem sabe, muitas vezes, até nem atendem; criam dificuldades para o normalíssimo cancelamento de um contrato, pela parte não-satisfeita; cobram por ligações de origem duvidosa; cortam arbitrariamente o serviço aos clientes... Uma longa lista de crimes, ou – pelo menos – ilegalidades.

Confesso-me pasmo diante de um fato novo, com que nunca contei, em toda minha longa carreira, de quase meio século, em marketing: que um dia, em algum lugar do mundo, o governo estabelecerá leis para obrigar empresas a simplesmente ser honestas, não “encantando” os clientes, nem lhes dando benefícios extras, mas apenas para que cumpram a sua parte na relação comercial. É incrível, porém verdadeiro. E pior (e para não ser injusto): essa verdadeira subversão do marketing não está ocorrendo só nesses dois setores.

**Disponível em:** <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=75&ID=445>>. Acesso em: 30 jul. 2009.