

No rastro do consumo

Brunno Giancoli

A compreensão do mercado de consumo exige a observação de suas nuances e tendências. Para todos que militam com o direito do consumidor a "tarefa" passou ao status de necessidade. Dentre essas tendências, algumas ganham destaque no cenário jurídico, justamente porque estão relacionadas aos princípios e garantias dos consumidores previstas na Política Nacional das Relações de consumo do Código de Defesa do Consumidor. Uma delas é o full frontal. Uma postura de transparência das empresas frente aos clientes. Obviamente a transparência não é uma novidade no direito do consumidor, mas é algo "novidadeiro" no setor.

A transparência numa perspectiva jurídica filia-se ao princípio da boa-fé, de que constitui uma espécie de subprincípio, isto porque as relações de consumo devem se firmar em ambiente de transparência entre as partes (artigo quarto, inciso quarto do Código de Defesa do Consumidor). A principal consequência do princípio da transparência é, por um lado, o dever do fornecedor de informar e, por outro, o direito à informação do consumidor.

Esta prática, cuja filosofia exige que as falhas de uma empresa devam ser postas à vista de seus clientes é uma tendência interessante: expor-se ao consumidor é uma vantagem competitiva, capaz de criar fidelização. A adoção do full frontal permite ao empresário ser visto como um sujeito falível e, portanto, real. E os clientes demonstram preferência por empresas que demonstram esta postura, confirmando a tese de Jean-Louis Hamon, que afirmava: "uma boa confissão vale mais do que uma boa desculpa". Dessa forma, a transparência deixa de ser um dever e transformar-se num benefício, num instrumento de humanização das relações de consumo. O "caso Spoleto" é um exemplo de sucesso do full frontal. Após um vídeo satírico do grupo porta dos fundos no Youtube, sobre a forma que os funcionários da Spoleto conduziam o atendimento, a empresa utilizou o mesmo canal (e os mesmos atores) para "revidar" e assumir o erro também de uma forma bem humorada.

Mais do que uma ideia de transparência, a conduta da Spoleto merece respeito, até porque, como disse Salústio, "poucos são aqueles para os quais a honestidade tem mais valor do que o dinheiro". Completando: ainda são poucos os que sabem transformar a honestidade e a transparência em dinheiro, e, neste caso, felicitações à Spoleto!

Fonte: DCI, São Paulo, 21 maio 2013. Caderno A, p. A2.