

Capitanias Hereditárias

Walter Longo

Há algum tempo atrás, a Sony veiculou alguns anúncios informando que produtos dessa marca comprados no exterior não tinham garantia no Brasil. No dia seguinte, a Gradiente saiu com anúncios, nos mesmos veículos, informando que produtos Gradiente comprados no Brasil tinham garantia no mundo todo.

Mais que uma jogada de marketing, um aproveitamento fortuito da miopia ou escorregão da concorrência, essa atitude denotava uma filosofia de respeitar e facilitar a vida de seus consumidores. Sendo uma marca nacional, lutando contra tantas multinacionais, era também uma demonstração que a empresa acreditava na globalização, na quebra de fronteiras e no direito de ir e vir do consumidor. O episódio mais recente do DVD reforça ainda mais essa posição.

O Digital Video Disc, ou Disco Versátil Digital como traduzem os brasileiros, tem tudo para ser o mais promissor lançamento da década, apesar do furor regulatório e controlador que assolou o chamado Forum do DVD. Esse grupo, formado pelas dez principais indústrias eletro-eletrônicas mundiais, foi o responsável pela criação das regras esdrúxulas que dividem os países em verdadeiros feudos áudio-visuais.

De acordo com essas regras, quem comprar um desses aparelhos no Brasil, pode adquirir os discos apenas no bloco de países que inclui, além do nosso, Togo, Belize e Ilhas Fiji, entre outros. Se esse mesmo consumidor for à Disney World e quiser adquirir alguns desses discos por lá, esquece. Não vai funcionar por aqui. Já quem comprou um DVD player nos EUA, tem que continuar comprando os discos por lá. Mesmo que more no Brasil, para usar o aparelho vai ser preciso apelar para o contrabando. Parece incrível, mas é isso mesmo.

Pois bem, a Gradiente lançou pioneiramente o DVD no Brasil e quebrou essa reserva de mercado. Seus primeiros aparelhos podem ser considerados "universais" e permitem utilização dos discos comprados tanto no Brasil, como Europa e EUA. Com isso, perde o Forum do DVD e ganha o consumidor brasileiro. Para a Gradiente, mais importante que lançar esses aparelhos antes dos outros, foi enviar uma mensagem à indústria como um todo. Essa mensagem alertou sobre o equívoco de se tratar o consumidor como gado estabulado, através de decisões tomadas em salões acarpetados do circuito Elizabeth Arden.

É inaceitável que numa época de Mercosul, Mercado Comum Europeu, Alca e outras tentativas de convergência econômica e tecnológica, um grupo de indústrias pressionadas por Hollywood se reúna e decida criar fronteiras que já não existem mais. Posso entender a razão mas discordo da decisão. Fizeram isso em nome do direito autoral, mas esqueceram-se do direito do consumidor.

Segundo os economistas temos em nosso planeta o primeiro, o segundo e terceiro mundos. De acordo com esses grandes fabricantes de eletro-eletrônicos temos seis mundos distintos. E o nosso é o número 4, junto com Granada, Haiti, Samoa e República de Kiribati. É como entrar na Copa do Mundo e, independente de ganhar as eliminatórias, continuar disputando as partidas somente com o Suriname. Que também faz parte do nosso grupo de DVD.

Até quando a Gradiente vai conseguir sustentar sua posição, e mostrar como a indústria deveria enfatizar o interesse do consumidor, isso ninguém sabe. Mas não é criando capitánias hereditárias que o mercado vai evoluir. Se a Gradiente vencer a queda de braço com o setor, ganhamos nós. Do contrário, perde todo mundo. Independente do resultado, porém, uma coisa é certa: numa época de globalização este é um dos grandes sinais de estupidez do fim do século.