

Autor: Fábio da Silva Jaeger

Função: Acadêmico de Direito – Univates / Promotor de Eventos

Data: 03/09/2001

Fone: 9969 3925 / 3748 2257

E mail: fabioj@bewnet.com.br

Endereço: Rua Carlos Von Kozeritz, 333 – Lajeado – RS

AS "INDÚSTRIAS DE PRÊMIOS" E O CONSUMIDOR

O ser humano busca "bengalas" para satisfazer carências emocionais, profissionais ou sociais. Uma dessas "bengalas", que ameniza, temporariamente, problemas psicossociais, é o reconhecimento público.

Aproveitando esse "viés", pessoas espertas criaram os conhecidos "troféus" de desempenho, "vendidos", depois de supostas pesquisas.

Quem, no exercício de sua atividade profissional, especialmente se conhecido em comunidades menores, deixou de receber telefonema ou carta, cumprimentando-o por ter sido escolhido o "melhor", depois de "minuciosa" pesquisa? E, a seguir, instado a receber o "troféu", em festa de grande porte, com larga divulgação na mídia, desde que... fosse paga razoável quantia?

Em campanhas políticas, há debates gerais sobre a idoneidade das empresas responsáveis pelas pesquisas. E, inclusive, ferrenhas discussões jurídicas são travadas no sentido de impugnar a divulgação de resultados. Os eleitores podem estar sendo iludidos com propaganda enganosa e influenciados, psicologicamente, em sua decisão de voto. No entanto, comprovado o caráter técnico/científico dos métodos de pesquisa, nada há a discutir.

"Mutatis, mutandi", a outorga de qualquer prêmio, troféu ou honraria, que derive de pesquisa, deve ser questionada em seus critérios científicos. Não sendo assim, o consumidor é enganado, pois influenciado por falsos resultados de desempenhos profissionais.

O mercado de consumo diz que a oferta aumenta somente quando há demanda. Logo, no caso das premiações "vendidas", deve-se também analisar o perfil de quem "compra" o prêmio. Por que aceitou? Por que se dispõe a enganar seus clientes? Entende que a concorrência pode, então, ser escolhida (e vista...) como melhor? Aceita um prêmio sem critérios, por vaidade, a "bengala" a que nos referimos?

Três grandes efeitos negativos derivam da disseminação da "indústria de prêmios": primeiro, eventos qualificados, que utilizam controles rígidos de seleção de premiados, caem na vala comum, perdem sua consistência; segundo, competentes profissionais, valorizados pela comunidade, se seduzidos pela outorga de um troféu sem valor, podem perder a credibilidade; terceiro, o consumidor é lesado em sua boa-fé, ao desconhecer que critérios

financeiros são determinantes para atribuição de "qualidade profissional", através de certos eventos.

Esta reflexão tem o objetivo de mostrar que parcela da sociedade está atenta, e cada vez mais crítica, a situações que quebram princípios éticos e de bom senso. Ademais, quer chamar a atenção dos consumidores para "modismos" que mascaram o seu direito de escolher, livremente, os "destaques" profissionais, para lhes prestar serviços ou fornecer bens. A competência COMPROVADA em seu campo de atuação é o único troféu que um bom profissional deve almejar!