
Mudança de contrato com consumidor não deve ser feita por telefone

Impressiona e preocupa o número cada vez maior de processos judiciais propostos por consumidores reclamando da cobrança de serviços não solicitados, fenômeno este que está a exigir, a meu ver, urgente análise e intervenção dos órgãos de regulação ou de proteção ao consumidor.

Grandes empresas, em especial de telefonia e de TV por assinatura, valendo-se da facilitação advinda dos recursos da tecnologia, alteraram por completo o relacionamento comercial e contratual mantido com seus clientes. Atualmente, a quase totalidade da contratação ou eventual alteração do ajustado é feita via telefone, precedida do alerta de que o pactuado estaria sendo gravado, registro esse que, diga-se de passagem, raramente é apresentado como prova nos processos judiciais.

Não se pode desconhecer que a alteração das relações de consumo, decorrente do crescimento econômico e da modernidade advinda de novas tecnologias, modificou profundamente o mercado consumidor, com a inclusão de milhares de pessoas a serviços antes reservados a uns poucos, bem como com a mudança da forma de contratação, antes marcada pelo atendimento pessoal, formalizada pelo contrato escrito e individualizado, hoje caracterizada pelo atendimento massificado e impessoal, quase sempre por adesão.

Não tenho qualquer dúvida de que todas essas alterações buscam muito mais a redução de custos operacionais do que a agilização do relacionamento cliente/empresa. Contudo, não se pode continuar desconhecendo que essa prática comercial tem gerado uma série de problemas, destacando-se a verdadeira insegurança jurídica, pois, no momento da contratação, a voz amável e simpática do telefone oferece uma coisa que a rudeza do boleto bancário de cobrança não confirma depois, submetendo o consumidor a um verdadeiro calvário, perdendo horas nos desgastantes e deficientes sistemas de *call center*, tentando apenas fazer valer o direito de não pagar pelo que não pediu.

Tenho que algo deva ser feito e parece-me que a solução é bem simples, bastando haver norma estabelecendo que toda proposta inicial ou de modificação de um plano seja formalizada por escrito e só venha a ser implementada ou cobrada após o aceite do usuário, seja com o retorno de um simples e-mail ou por outra forma que permita certeza do que foi solicitado ou oferecido. A modernidade ou o lucro desenfreado não podem se sobrepor ao direito maior do consumidor de só pagar por aquilo que pediu ou que aceitou, cabendo às empresas adequação às formas de contratação massificadas, preservado um mínimo de segurança jurídica, mesmo que isso influencie no lucro final.

Date Created

25/04/2011