

PULSOS — DEVER DE DISCRIMINAR**EMENTA**

366 - PULSOS NÃO DISCRIMINADOS NA CONTA TELEFÔNICA - COBRANÇAS QUESTIONADAS PELO CONSUMIDOR - VIOLAÇÃO DOS PRINCÍPIOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR. Pulsos não discriminados na conta telefônica. Cobranças questionadas pelo consumidor, por não ter como aferir quais as ligações que lhe foram imputadas. Empresa que ignora as reclamações do mesmo e não permite que o usuário pague o que entende devido, nem emite novas contas com a discriminação de todas as ligações: provenientes de seu terminal telefônico. Impossibilidade de o consumidor poder adimplir apenas com o que considera seu efeito gasto. Violação dos princípios básicos do consumidor; que obrigam à transparência e boa-fé nas relações de consumo, assegurando a qualquer um conhecer, especificamente, todos os serviços cobrados. Aplicação do artigo 22 do CODECON pelo demonstrado defeito na prestação de serviços, e, ainda, prática abusiva, nos termos do que dispõe o artigo 39, V, IX e X, através da utilização de vantagem manifestamente excessiva, em detrimento do usuário, pelo controle exclusivo à aferição dos pulsos, sem qualquer mecanismo que possibilite checagem ou verificação pelo usuário, ficando ao exclusivo talante da concessionária a valoração de tais serviços; já que fixa unilateralmente, o volume de ligações. Prática que resulta em indireta elevação, justa causa, do preço do serviço Condenação que, contudo, se limita ao valor do que foi indevidamente cobrado nos três últimos meses; na forma simples face à decadência quanto aos demais meses. Sentença que merece total reforma. Preliminar de incompetência do JEC que se rechaça. Ausência de violação a preceito constitucional. Recurso provido em parte. - As concessionárias de serviços públicos, assim como qualquer outro prestador de serviços, têm a obrigação de esclarecer detalhadamente todos os custos e despesas que cobra do consumidor, atendendo ao princípio da informação e da transparência, que devem permear toda relação de consumo, e que constituem princípios basilares desta, insculpidos no artigo 6º. do CDC. - A clara, específica e correta apresentação da quantidade, composição e preço dos serviços não é uma faculdade da concessionária ré, e nem pode ficar condicionada a uma futura capacitação técnica, para possibilitar o atendimento desta exigência. - É ela, ao contrário, pré-requisito para o oferecimento de qualquer produto ou serviço à população, principalmente quando age o particular em substituição ao Estado, na qualidade de concessionária, que tem em sua área de atuação serviços de natureza essencial, e, por consequência, do qual não pode prescindir o consumidor para uma dignidade e conforto mínimo em sua vida. - Normas regulamentares, que estejam em antinomia com tais princípios e dispositivos das relações de consumo, se mostram absolutamente inócuas e desprovidas de fundamento. - Além de tais aspectos, as concessionárias de serviços de telefonia teriam obrigatoriamente que disponibilizar para os consumidores aparelho de monitoramento dos pulsos utilizados, através de equipamentos individuais, instalados em cada unidade residencial ou comercial. - Inúmeras ações são cotidianamente distribuídas nos Juizados Especiais questionando ligações e contas absurdas, em dissonância com os gastos anteriormente apresentados pelo usuário. Por que tais distorções não se dariam também com a tarifação dos chamados pulsos excedentes ou pulsos faturados além da franquia? Quem pode estar seguro de que os próprios pulsos atribuídos naquela quantidade, da denominada "franquia", também correspondem aos efetivos gastos do consumidor? Indaga-se: quem os controla? - Tais questionamentos só podem induzir à conclusão de que não é possível mais se permitir tais comportamentos, devendo haver providências imediatas dos órgãos competentes. - Meios de controle necessários e salutares devem existir, também pelos usuários, a fim de se atender à política nacional de proteção ao consumo, com sede constitucional, e cujo diploma legal deve ser aplicado na condição de sobreordenamento jurídico, a fornecer parâmetros de conduta para todos os envolvidos em

relações atinentes aos consumidores. - Enquanto não se mobilizam as empresas para o aprimoramento de tais mecanismos de controle pelo próprio consumidor, devem suportar o ônus da comprovação de que cada um teve, efetivamente, o consumo que a ele foi atribuído. - Já não basta mais a mera imposição ou afirmativa de que alguém teve determinado gasto. É preciso mais que isso para poder cobrá-lo; é nece