

28/11/1999 - Contrato de estilização pessoal - (os personal stylists)

Existem inúmeros contratos, em nosso país, que até hoje não foram regulamentados por lei, como é o caso dos contratos de factoring e leasing, por exemplo, para ficar nos mais conhecidos. É que as relações sociais e econômicas possuem uma dinâmica própria, especialmente nestes tempos de globalização, incapaz de ser acompanhada, passo a passo, pelo legislador.

Um desses novos contratos é o de estilização pessoal, em que o consumidor contrata os serviços de um profissional para um complexo de tarefas relacionadas com a formatação da sua imagem pública.

Esse complexo pode ter conteúdo muito variável, indo da assessoria na compra de vestuário à escolha de mobília e peças de decoração, orientação sobre regras de etiqueta, conversação, seleção de acompanhantes profissionais e por aí fora. Tudo visando um único fim: liberar o usuário do dispêndio de tempo que normalmente seria destinado a essas tarefas e otimizar os resultados, com a criação, por assim dizer, da imagem adequada ao meio social e profissional do contratante.

O consumidor típico desse novo serviço, percebe-se logo, possui alto poder aquisitivo: são empresários ou altos executivos de grandes empresas, para os quais a imagem transmitida às pessoas com quem interagem pode significar a diferença entre concluir ou não um bom negócio. Ninguém ignora que o processo comunicativo implica bem mais do que a simples troca de palavras entre duas pessoas. A confiança que se poderia ter no interlocutor pode ser - até sem consciência disso - irremediavelmente minada por uma gravata com a estampa do Mickey ou uma combinação particularmente infeliz de roupas. Pessoas com esse perfil costumam estar de tal maneira envolvidas com as tarefas diretamente relacionadas com seu trabalho que mal encontram tempo para estar em dia com as últimas novidades gerenciais, para freqüentar os seminários dos curandeiros organizacionais da moda e degustar o último artigo do Roberto Campos. Nessas circunstâncias, fica difícil alocar

tempo para adquirir os conhecimentos necessários ao gerenciamento de outros aspectos da vida ou uma formação cultural que permita comprar um quadro de Tomie Ohtake que combine com o sofá da sala e seja, ao mesmo tempo, um bom investimento.

Do ponto de vista do Direito, a questão mais relevante que pode surgir num eventual litígio entre o consumidor dessas modalidades de serviços e o seu fornecedor diz respeito à natureza jurídica da obrigação a cargo deste último. Trata-se de uma obrigação de meios ou de resultados? Isto é, deve-se considerar cumprido o contrato apenas quando o personal stylist conseguiu efetivamente os resultados pretendidos pelo cliente, na avaliação do auditório que ele tem em vista, ou será suficiente que se empenhe em fornecer orientação e fazer as escolhas que lhe forem solicitadas?

A segunda alternativa parece mais correta. É evidente que o interesse do consumidor não está centrado na aquisição pura e simples dos conhecimentos colocados à sua disposição pelo profissional contratado, mas sim na obtenção de um resultado específico: a transmissão de uma imagem determinada. Ele deseja aparentar bom gosto, elegância sóbria ou com um toque de audácia. Tudo isto não se consegue apenas obedecendo às instruções para se trajar corretamente ou para decorar uma casa. A aparência de uma pessoa é um somatório que abrange também a exteriorização da própria personalidade, que reflete as suas vivências e a formação cultural. Quanto a estes últimos aspectos o personal stylist nada pode fazer. Mas esta é uma lacuna já detectada pelo mercado e que está sendo preenchida com a oferta de cursos de cultura geral, noções básicas de arte e de história.

Adotado o ponto de vista exposto acima, a tarefa dos tribunais estará limitada a verificar a ocorrência de imperícia ou negligência por parte do fornecedor de serviços e estabelecer, em caso positivo, a indenização cabível. Isto depois de superar, durante a fase de produção de provas, dificuldades que exigirão certamente a intervenção de peritos. É possível que o mercado de trabalho dos antropólogos e sociólogos sofra uma inesperada ampliação.

Panorama

Transferência de titularidade de linha móvel celular - ilegalidade da cobrança de taxa

A CRT não pode cobrar novamente, na transferência de titularidade de linha móvel celular a terceiro, taxa de habilitação, seja porque esta já havia ocorrido quando da assinatura do serviço pelo cedente, seja porque o valor cobrado se mostra desproporcional ao serviço efetivamente prestado, que é de simples atualização cadastral.

É o que ficou decidido em ação de cobrança promovida por Ricardo Medina Dourado (proc. nº 01598035440) contra a empresa de telefonia. A sentença da Juíza Leiga Maria Augusta Dall'Agnol, que foi homologada, condenou a CRT a devolver em dobro o valor cobrado:

"Frente às normas impostas pelo Ministério das Comunicações, possível a exigência por parte da ré de valores a serem desembolsados pelos assinantes para que habilitem o uso de sua linha celular móvel, valores referentes à assinatura mensal e valores imputados a título de utilização do bem - em razão da prestação de serviço de telefonia. Neste sentido, é clara a norma 22/96.

"No entanto, configura-se abusiva, em caso de transferência de linha móvel celular a terceiro cobrança de novo valor a tal título. Pois, nesta hipótese estaria ocorrendo duplicidade de taxa de habilitação sobre uma só unidade e, conseqüentemente, enriquecimento ilícito por parte da ré que receberia por duas vezes pela manutenção do serviço já prestado. Verifica-se que a transferência de titularidade da unidade não acarreta qualquer ônus financeiro à companhia que possa configurar prejuízo a ensejar cobrança de taxa. Mera atualização cadastral não pode ensejar pagamento de valor aproximado àquele exigido para aquisição de direito de uso ao serviço."

CARLOS ALBERTO ETCHEVERRY, Juiz de Direito, titular do 3º Juizado Especial Cível.

Retirado de http://www.infojus.com.br/webnews/noticia.php?id_noticia=803&