

“Centro Mandela DD. HH.”

CENM

Centro de Estudios e Investigación Social

Avenida Alberdi N° 338 - Resistencia - Chaco - C.P. 3500
www.centromandela.com www.cenm.com.ar

Tel/fax: (54 - 03722) 428475
E mail: info@centromandela.com

Las molestas llamadas comerciales que reciben los abonados. Los call center y el síndrome de burnbott o “cabeza quemada”

EL HARTAZGO PROVOCADO POR LAS LLAMADAS TELEFÓNICOS

En el curso de los últimos meses hemos recibido muchos reclamos relacionados con las llamadas comerciales que se producen por vía telefónica, a cualquier hora y hasta los días feriados. Un sector importante de la población ha quedado sometido, en situación de absoluta desprotección, a los abusos derivados de contactos realizados con fines de promoción, oferta o publicidad de bienes y de servicios, de todo tipo. Diariamente se reciben propuestas distribuidas por medio de las mismas voces e idénticos tonos, con tendencia en alza producto de la competencia que se lleva a cabo en este escenario.

Los usuarios de los servicios telefónicos se transformaron en sujetos pasivos por la invasión de las ofertas telefónicas que violan las reglas que protegen la privacidad, que se llevan adelante sin ningún tipo de consideración ni límites, ante la ausencia regulatoria del Estado. El espacio se transformó en un territorio offshore, libre de reglas, de la que se apropiaron las empresas más concentradas y poderosas, que lo convirtieron en un paraíso publicitario, a un mínimo costo económico.

La necesidad de proteger al usuario

Es urgente la necesidad de que los usuarios telefónicos sean protegidos contra el tremendo impacto negativo que ocasiona el telemarketing. Resulta indispensable establecer un sistema para defenderlos de los abusos de las llamadas comerciales. Un buen ejemplo es el la Ley 13.112 sancionada por la cámara de diputados de la provincia de Santa Fe en agosto del 2010; sin embargo, el poder ejecutivo santafesino demora la reglamentación de esta ley priorizando los intereses de las empresas que se benefician con el telemarketing. La reticencia señalada generó que el Centro de Estudios Sociales y Acción Comunitaria de Santa Fe presentará una acción de amparo en representación de los usuarios y consumidores a los fines de que el gobernador Binner sancione el decreto que reglamente la ley de protección de los usuarios telefónicos, cuyo pilar consiste en la habilitación de un registro en el cual se deben inscribir los usuarios que deseen no recibir las molestas llamadas comerciales de las empresas.

Los call center y el síndrome de burnbott

Como ocurre en tantas situaciones de fuerte impacto social negativo, en Chaco todavía los poderes del Estado no han previsto la sanción de una ley que proteja a los usuarios telefónicos de los abusos de las empresas. Los poderes ejecutivo y

legislativo están en deuda con los chaqueños, aunque a favor de los intereses comerciales que fomentan con dudosas razones.

Los call center constituyen la estructura fundamental en la que se apoyan los desarrollos de la publicidad y de la propaganda comercial y política a través del telemarketing. Los call center mayoritariamente son empresas tercerizadas de los grandes grupos económicos que se organizan para prestar todos los servicios de atención telefónica. En el desarrollo en territorios provinciales, lograron obtener muchos beneficios fiscales y de promoción de instalaciones, con el pretexto de la generación de fuentes de trabajo. Estas tercerizadas generalmente se ofrecen como primer empleo precario a jóvenes, con bajos sueldos, en malas condiciones laborales, con contrato a plazo fijo y con mucha rotación, fundamentalmente porque muchos de esos jóvenes luego adquieren el síndrome de burnbott, vulgarmente conocido como “cabeza quemada”. Es que estos jóvenes son utilizados al máximo, minuto a minuto, a lo largo de la jornada laboral. La fiscalización de productividad es férrea y sumamente exigente, al punto de la explotación.

[Las grandes paradojas](#)

En definitiva, el usuario telefónico chaqueño se ha transformado en una víctima indefensa de los contactos comerciales realizados por vía telefónica. El telemarketing casi exclusivamente se produce a través de los call center, que son empresas beneficiadas con exenciones y promociones extraordinarias, mientras algunos jóvenes que allí trabajan contraen el síndrome de “cabeza quemada” por las extremas exigencias laborales a las que están sometidos, además de acarrear dolencias emocionales que acumulan por el maltrato que reciben producto del hartazgo de los usuarios telefónicos contra el telemarketing.

[Resistencia, 28 de septiembre de 2011.](#)