

PROJETO DE LEI DO SENADO Nº , DE 2011

Altera o art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997 (Lei Geral de Telecomunicações), para estabelecer condicionamentos à oferta de planos de serviços de telecomunicações com “cláusulas de fidelização” do assinante.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O art. 3º da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar acrescido dos seguintes parágrafos:

“**Art. 3º**.....

.....
§ 1º Para assegurar o cumprimento do disposto nos incisos II a IV deste artigo, o usuário será previamente informado sobre cláusulas contratuais que exijam sua permanência por tempo mínimo, independentemente dos benefícios concedidos pela prestadora.

§ 2º O período de permanência a que se refere o § 1º não poderá exceder a dezoito meses em contratos de adesão.

§ 3º Para cada plano de serviço que associe tempo mínimo de permanência, deverá existir plano alternativo sem a referida exigência, devendo a prestadora informar o usuário, no momento da contratação, a respeito das diferenças de custo envolvidas.

§ 4º Vencido o prazo de permanência originalmente previsto, o usuário tem direito a manter o plano de serviço contratado por tempo indeterminado sem que lhe sejam impostas alterações de natureza técnica ou comercial, sendo vedada a imputação de novo período de permanência enquanto durar a relação contratual, inclusive nos casos em que a prestadora tenha promovido a substituição do pacote contratado.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor cento e oitenta dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Nos principais serviços de telecomunicações – como os de telefonia, de acesso em banda larga e de televisão por assinatura –, são comuns as chamadas “cláusulas de fidelização”, pelas quais, em troca de alguma vantagem, os usuários concordam em manter a relação contratual com a prestadora por um tempo determinado, sob pena de ter de ressarcir a em caso de rescisão antecipada.

Embora tais dispositivos tenham sido questionados pelo Ministério Público e por órgãos de defesa do consumidor, entendemos que há amparo legal para sua utilização. E o consumidor acaba beneficiado, em especial aquele cuja renda não permite o pagamento à vista de determinados recursos tecnológicos ou funcionalidades oferecidos pela operadora.

Como há enorme diversidade de planos de serviço à disposição no mercado, e cada um deles apresenta muitas especificidades, é difícil para o cidadão comum selecionar o mais adequado ao seu perfil. Nesse contexto, muitos usuários acabam sendo incentivados a contratar, sem a devida informação, planos que exigem tempo excessivo de permanência, com pesadas multas, que os fazem perder as contínuas reduções de preço e inovações tecnológicas que caracterizam os mercados de telecomunicações.

É verdade que o dever de informar o consumidor já está previsto nos arts. 6º, III, e 31 da Lei nº 8.078, de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), de forma que o usuário tem algum amparo para formular reclamação aos órgãos especializados em sua defesa e, se necessário, demandar judicialmente o respeito a seus direitos. Contudo, ao ponderar a complexidade processual, a maioria não o faz. A nosso ver, é preciso que a legislação seja mais específica e que o órgão regulador do setor seja mais contundente ao regulamentar a questão.

Por essa razão, propomos alterar a própria Lei Geral das Telecomunicações, em particular o dispositivo que relaciona os direitos dos usuários, não apenas para reforçar o dever de informar, mas para estabelecer condicionamentos à oferta de contratos com cláusulas de fidelização.

Nesse sentido, propomos definir, para os contratos de adesão, um prazo máximo de permanência de dezoito meses, suficiente para que o usuário consiga financiar, sem risco para a operadora, o pagamento de

equipamentos terminais de custo elevado. Exige-se também que as operadoras coloquem à disposição do usuário alternativas para contratação dos serviços sem fidelização.

Por fim, busca-se eliminar a possibilidade de a prestadora renovar sucessivamente a exigência ao usuário de manter um contrato cujo período de permanência já tenha se esgotado. Observa-se não raramente o uso de supostas promoções para incentivar o usuário a trocar de plano e, assim, lhe impor um novo período de permanência. Recorre-se inclusive à estratégia de cancelar planos que passaram a ser desvantajosos para a operadora, obrigando os assinantes a migrarem para um novo contrato que os manterá “cativos”.

Para coibir essa prática, que consideramos abusiva, propõe-se vedar a novação da cláusula de fidelidade nos contratos já firmados e impedir que a prestadora o faça por meio da oferta de outro pacote. Deve partir do próprio usuário a iniciativa de cancelar o contrato original e aceitar a imposição de um novo período de permanência.

Sala das Sessões,

Senador GIM ARGELLO