



SENADO FEDERAL

PROJETO DE LEI DO SENADO

Nº 430, DE 2007

A Comissão de Meio Ambiente, Defesa
do Consumidor e Fiscalização e Controle,
em decisão terminativa.

Em 02/10/2007

Acrescenta § 6º ao art. 54 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, para dispor que as cláusulas dos contratos de adesão que regulam as relações entre as concessionárias de serviços públicos outorgados pela União, bem como por suas associadas, coligadas e filiadas, e os consumidores e usuários de seus serviços, devem ser aprovados previamente pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º - Acrescente-se ao art. 54 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o seguinte parágrafo:

“Art. 54.

§ 6º As cláusulas dos contratos de adesão que regulam as relações entre as concessionárias de serviços públicos outorgados pela União, bem como por suas associadas, coligadas e filiadas, e os usuários e consumidores de seus serviços, devem ser aprovados previamente pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça .(NR)”


Art. 2º Esta Lei entra em vigor 180 dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A aprovação pelo Congresso Nacional do Código de Defesa do Consumidor constituiu, sem dúvida, o maior avanço até hoje conseguido, nas relações de consumo em nosso país, conquista indiscutível na proteção dos direitos dos cidadãos e, conseqüentemente, na modernização da sociedade. Nos 17 anos de sua vigência, a serem completados em setembro deste ano, reprimiu abusos antes generalizados, evitou prejuízos antes indiscriminados aos consumidores, garantindo direitos que o poder público de inúmeros outros países, antes de nós, procuraram regular, tutelar e proteger, para equilibrar o relacionamento entre a indústria, o comércio e prestadores de serviços e os cidadãos.

Foi longa, árdua e cheia de chicanas, porém memorável, a luta travada na Justiça brasileira para que bancos e instituições financeiras, com o indiscutível poder e arbítrio de que ainda desfrutam no Brasil, sob a proteção de seus interesses abrigados no Banco Central que deveria fiscalizá-los, fossem submetidos ao Código de Defesa do Consumidor. A histórica decisão do Supremo Tribunal Federal, que ainda não começou a produzir os efeitos salutareos que dela se espera, vai depender de sua aplicação prática e da necessidade de que, para tanto, se habilitem os órgãos de defesa do consumidor.

As relações entre a indústria, o comércio e prestadores de serviços de um lado, e os consumidores do outro, tal como está se verificando atualmente com as empresas de transporte aéreo, na pior crise da aviação comercial brasileira, foram historicamente desequilibradas, em desfavor dos últimos, sempre e quando calcadas em contratos não escritos, em especial os contratos de adesão das concessionárias de serviços públicos, suas associadas, filiadas e coligadas, a que os consumidores se obrigam, sem que de seu teor tomem conhecimento. A maioria dos cidadãos não tem, não pode ter e nem dispõe de meios para tanto, em especial de conhecimentos jurídicos que lhes permitam interpretar o alcance das cláusulas abusivas da maioria desses contratos. A própria linguagem do Direito, recheada de expressões latinas, reminiscência de sua origem romana entre as civilizações suas herdeiras, tal como o jargão do dialeto judiciário, constituem barreira intransponível, para a quase

totalidade dos brasileiros. Como, mesmo a pequena proporção dos privilegiados que freqüentaram as Universidades, podem contrapor os seus direitos aos poderosos escritórios de advocacia e consultores especializados na elaboração de contratos sibilinos, verdadeiras arapucas para embair a boa fé dos milhões de consumidores de um dos cinco maiores mercados de consumo do mundo? 

Armadilhas, ardis e embustes de toda natureza têm sido criados para extorquir os cidadãos, sob os mais variados pretextos. É comum especialmente entre as concessionárias de serviços telefônicos e de televisão a cabo, o uso do escabroso e indecente princípio da “fidelização” de que todos se tornam vítimas, sem que saibam de sua existência, quando se tornam usuários de tais serviços. Trata-se de “multa” quando o consumidor, baseado na presunção da liberdade do mercado de que deve desfrutar, tenta cancelar um serviço, mudar de fornecedor ou fazer cessar um abuso. Em outras palavras, paga-se por uma ficção abusiva que burla o princípio da liberdade de escolha do consumidor. Tudo isso se passa sob os olhares complacentes das Agências reguladoras, numa simbiose incompreensível de condescendência, tolerância, complacência e leniência que termina se transformando em criminosa cumplicidade entre fiscais e fiscalizados.

O art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, que trata da Política Nacional das Relações de Consumo, estabelece como princípios, além de outros, o respeito à dignidade do consumidor (*caput*); o reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (inciso I); a harmonização dos interesses dos consumidores e fornecedores, fundados na boa-fé e equilíbrio nas relações entre eles (inciso III); a coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo (inciso VI); e a racionalização e melhoria dos serviços públicos (inciso VII). É de salientar, portanto, que este projeto está em consonância com esses princípios que embasam a Política Nacional das Relações de Consumo.

Um dos remédios para coibir os abusos de que todos terminam sendo vítimas, é submeter à prévia aprovação do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça, órgão central do sistema nacional de defesa do consumidor, para que possam ter validade jurídica, as cláusulas dos contratos que regem as relações de todas as concessionárias de serviços públicos, suas filiadas, associadas e coligadas, outorgados pela União.

O uso indiscriminado dos “call centers”, que se generalizou no Brasil, como forma de manter incógnitas, ocultas e inatingíveis aos consumidores

essas concessionárias de serviços públicos, transformou-se em uma das mais mortíferas armas usadas pelos prestadores de serviços concedidos pela União contra os consumidores e usuários de seus serviços que, não têm outro remédio senão o de vê-las submetidas ao poder da lei, como neste projeto se propõe.

Como vêm denunciado há anos os Procons de todo o país, bancos, operadoras de telefonia, e de cartões de crédito, ocupam o primeiro lugar na reclamação dos consumidores. Segundo o Regulamento aprovado pela Anatel, em 27 de julho do ano em curso, as operadoras de telefonia celular terão que abrir mais de mil lojas para receber reclamações dos usuários, nos próximos dois anos, o que é um prazo excessivo, para que os usuários continuem submetidos às iníquas condições a que hoje estão sujeitos.

Por isso, causam estupor as declarações prestadas por um Conselheiro da Agência reguladora das telecomunicações à edição do jornal *Folha de São Paulo* do dia de 28 de julho último, a propósito desse Regulamento que incorporou normas já previstas no Código de Defesa do Consumidor mas que não eram cumpridas, como a obrigação de devolver em dobro e com juros, os valores cobrados indevidamente. Vale a transcrição: *“Essas mudanças do ponto de vista legal, obrigam as empresas a cumprir as determinações. Muitas já existiam, mas com o regulamento as empresas ficam em uma situação mais frágil, perante a Agência e a Justiça, disse o conselheiro da Anatel”*. Uma instituição do governo que necessita de um regulamento para fazer cumprir uma lei cuja observância está entre suas atribuições, é, realmente, um atentado ao estado de Direito. Para completar, a demonstração da impotência do órgão regulador outra afirmação inconcebível: *“Não é com regras que se melhora o serviço, sem fiscalização não adianta. A Anatel está fazendo o possível para aumentar a fiscalização dos ‘call centers’ mas não tem recursos”*. Cabe a pergunta: E onde estão ou para onde vão os recursos do Fistel? Ou o Estado protege seus cidadãos consumidores de serviços por ele concedidos, ou os abusos vão continuar impunes, como até hoje.

Sala das Sessões, 2 de agosto de 2007.


Geraldo Mesquita Júnior

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

.....
.....
.....
.....

SEÇÃO III
Dos Contratos de Adesão

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo.

§ 1º A inserção de cláusula no formulário não desfigura a natureza de adesão do contrato.

§ 2º Nos contratos de adesão admite-se cláusula resolutória, desde que a alternativa, cabendo a escolha ao consumidor, ressalvando-se o disposto no § 2º do artigo anterior.

§ 3º Os contratos de adesão escritos serão redigidos em termos claros e com caracteres ostensivos e legíveis, de modo a facilitar sua compreensão pelo consumidor.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

§ 5º (Vetado)