



CÂMARA DOS DEPUTADOS

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 8.626, DE 2017

Estabelece como abusiva a cláusula de fidelização nos contratos de prestação de serviços.

Autor: Deputado MOSES RODRIGUES

Relator: Deputado RODRIGO MARTINS

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 8.626/2017, de autoria do ilustre Deputado Moses Rodrigues, objetiva capitular como abusiva a cláusula de fidelização nos contratos de prestação de serviços.

Para tanto, acrescenta inciso XIV ao art. 39 e inciso XVII, ao art. 51, ambos da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para, respectivamente: inserir, no rol de práticas abusivas, a estipulação de cláusula de fidelização nos contratos de prestação de serviços; e prever a nulidade, de pleno direito, desse tipo de pactuação.

A proposição tramita em regime ordinário e submete-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor; e de Constituição e Justiça e de Cidadania (arts. 24, II e 54, RICD).

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, no prazo regimental, não foram apresentadas emendas.

II - VOTO DO RELATOR

Por meio do Projeto de Lei nº 8.626/2017, o ilustre Deputado Moses Rodrigues objetiva inserir, no Código de Proteção e Defesa do Consumidor, duas previsões que reconhecem a abusividade das cláusulas de fidelização nos contratos de prestação de serviços.

A primeira alteração, objeto do art. 2º da proposição, inclui no rol de práticas abusivas, elencado no art. 39, do CDC, a conduta do fornecedor que estipula cláusula de fidelização, em contratos de prestação de serviços, que consista na exigência de prazo mínimo de vigência do ajuste e que preveja a fixação de multa para a hipótese de rescisão antecipada.

A segunda alteração, objeto do art. 3º da iniciativa, foi inserida no art. 51, do CDC, para reconhecer, como nula de pleno direito, cláusula que estabeleça obrigação de fidelização do consumidor e que imponha o pagamento de multa em caso de rescisão antecipada de contratos de prestação de serviços.

Concordo plenamente com as inserções propostas, que protegem a liberdade de escolha do consumidor, a qualquer tempo da relação contratual. Não se trata, aqui, de restringir a autonomia da vontade do consumidor, mas sim, justamente, resguardá-la, sobretudo quando se trata de de serviços de prestação continuada.

Poderia se argumentar que a fidelização dinamiza as relações concorrenciais, posto que o fornecedor passaria a oferecer mais benefícios ao consumidor “cativo” à sua carteira de serviços. Vislumbro, justamente, o efeito inverso: a prática gera prejuízo à livre-concorrência, pois impede que os agentes econômicos atuantes no mesmo segmento possam apresentar ao consumidor, já acorrentado a um determinado contratante, ofertas mais atrativas.

A cláusula de fidelização escraviza o consumidor e impede a sadia competitividade entre agentes econômicos atuantes em um mesmo segmento de mercado. Ademais, o ganho que o consumidor poderia ter dilui-se na perspectiva de lucro do próprio fornecedor do serviço, de modo que geralmente só um braço da relação efetivamente se beneficia desse tipo de

transação: o fornecedor que aprisiona um grupo de consumidores, muitas vezes contra a sua vontade, por um período de tempo unilateralmente estabelecido. A fidelização eleva o custo de troca do consumidor, revelando uma conta que quase nunca fecha favoravelmente ao cliente que permanece “fiel” contra a sua vontade.

Não considero que o dever de informar o consumidor sobre a existência dessas cláusulas no contrato resolva situações como essa, sobretudo quando estamos diante de ajuste adesivo, cuja autonomia da parte fraca da relação é consideravelmente reduzida. Defendo, sim, que o consumidor deve ser livre para se desvincular de uma contratação que não mais atende aos seus interesses. Conclusão contrária subverte completamente a lógica de proteção consumerista.

Ora, as reclamações que vemos de consumidores que, desejosos de romper as amarras da fidelização, buscam os órgãos de defesa e o Poder Judiciário são cada dia mais recorrentes. De fato, muito embora pareça ser vantajosa quando apresentada, a oferta da fidelização, em algum momento da relação contratual, pode impor ao consumidor o mesmo efeito nefasto da já conhecida “venda casada”.

O suposto benefício transforma-se em uma verdadeira dor-de-cabeça quando o consumidor tenta se divorciar, sem êxito, de uma malsucedida relação de consumo, sobretudo quando o serviço não é prestado adequadamente. Bem sabemos como é difícil para o consumidor fazer a prova da má-execução de um serviço; e mais difícil ainda é convencer o fornecedor à rescisão contratual motivada por esse fato.

Reconheço que a matéria é polêmica, a se ver das discussões travadas em inúmeras proposições em trâmite nesta casa, como, por exemplo, o Projeto de Lei nº 5.267, de 2013, e seus apensados. Fato é que cabe ao fornecedor formular estratégias adequadas para cativar a satisfação do consumidor e mantê-lo na sua carteira, por livre e espontânea vontade. Um atendimento bem prestado, por um preço competitivo, certamente é a forma mais saudável de cultivar a clientela. Nada impede que sejam oferecidas comodidades

ao consumidor, para mantê-lo sempre satisfeito: o que não se pode é atrelá-las à perenização da relação contratual.

Por todas as razões acima postas, meu voto é pela **aprovação** do Projeto de Lei nº 8.626, de 2017.

Sala da Comissão, em de de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**

Relator