COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 5.267, DE 2013 (Apensado o Projeto de Lei nº 5.389, de 2013)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para proibir o estabelecimento de cláusulas contratuais que obriguem a fidelização do consumidor e o pagamento de multas para o cancelamento antecipado de contratos de prestação de serviços de telecomunicações.

Autor: Deputado LELO COIMBRA

Relator: Deputado EFRAIM FILHO

I – RELATÓRIO

Vem à Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática o Projeto de Lei nº 5.267, de 2013, que insere dispositivos no Código de Defesa do Consumidor para proibir a inclusão, nos contratos de prestação de serviços de telecomunicações, de cláusulas que caracterizem a fidelização do consumidor ou que lhe imponham multa rescisória.

O autor, nobre Deputado LELO COIMBRA, assevera, na justificção da iniciativa, que “em nenhum outro segmento econômico a prática da fidelização, que impede a livre escolha do consumidor entre este ou aquele prestador de serviço, é tão disseminada quanto no setor de telecomunicações”. Em sua avaliação, tal prática assemelha-se a uma “prisão aos usuários do serviço”.

Apensado à proposta principal encontra-se o Projeto de Lei nº 5.389, de 2013, oferecido pelo ilustre Deputado ANDERSON FERREIRA, que insere dispositivo na Lei nº 9.472, de 1997, Lei Geral de

5C4D2A9D33

5C4D2A9D33

Telecomunicações, para obrigar a operadora a comunicar, com trinta dias de antecedência, quanto ao fim do período de fidelização, vedando a mudança de plano sem prévia anuência do consumidor.

A matéria vem a esta Comissão para exame, consoante o disposto no art. 32, inciso III, do Regimento Interno. Tramitará posteriormente, em caráter terminativo, nas Comissões de Defesa do Consumidor e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

Transcorrido o prazo regimental, não foram oferecidas emendas aos textos em análise.

É o relatório.

II – VOTO DO RELATOR

Ambos os textos em exame tratam de prática consagrada há muitos anos no setor de telecomunicações, em especial entre os provedores do Serviço Móvel Pessoal e do Serviço Móvel Especializado.

Essas empresas oferecem programas de fidelização que podem combinar o fornecimento de aparelhos celulares e a oferta de planos de pagamento com descontos, demandando, em contrapartida, que o cliente se obrigue a aderir ao contrato de prestação do serviço por um período de até doze meses. Esse limite encontra-se estabelecido, por exemplo, no art. 40, § 9º, do regulamento do Serviço Móvel Pessoal, aprovado pela Resolução nº 477, de 2007, da Anatel.

Práticas semelhantes são adotadas pelas empresas provedoras do Serviço de Acesso Condicionado, em especial TV a cabo ou por satélite (DTH).

A preocupação dos ilustres autores é por certo legítima. A fidelização prejudica a competição do setor, porque coíbe a possibilidade de o consumidor mudar de operadora se outra empresa lhe fizer oferta mais conveniente, durante o período de fidelização, eventualmente fazendo uso da portabilidade numérica para manter seu número inalterado.

5C4D2A9D33

5C4D2A9D33

Por outro lado, tais práticas são, no mais das vezes, vantajosas para o usuário, pois garantem a oferta de aparelhos terminais com reduções de preço apreciáveis e, em outros casos, descontos promocionais nas tarifas.

A regulamentação dos serviços é bastante precisa e dispõe de instrumentos para coibir práticas abusivas das operadoras. Embora o marco regulatório do SMP, por exemplo, seja relativamente complicado, pois prevê a celebração de dois instrumentos contratuais em vez de um (contrato de prestação do serviço e termo de adesão a benefício em troca da fidelização), possibilita ao consumidor clareza na negociação.

Uma evidência disto é a maciça adesão aos planos de fidelização no pós-pago, embora seja impositivo que o usuário possa optar pelo plano de sua preferência e pelo aparelho que mais o atraia, sem descontos e sem fidelização. O consumidor de baixo poder aquisitivo, que usa o celular para receber ligações, opta pelo pré-pago, sem fidelização.

Parece-nos, pois, do ponto de vista do setor de telecomunicações, que a estratégia comercial da fidelização é bem sucedida, que a regulamentação da Anatel delimita com clareza sua aplicação e que o consumidor é receptivo à mesma e dispõe, em qualquer caso, de alternativas contratuais.

Pelo exposto, votamos pela REJEIÇÃO da proposição principal, Projeto de Lei nº 5.267, de 2013, e pela REJEIÇÃO do apensado, Projeto de Lei nº 5.389, de 2013.

Sala da Comissão, em de de 2013.

Deputado EFRAIM FILHO
Relator