

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

PROJETO DE LEI Nº 4096, DE 2019

Obriga as empresas comunicarem sobre o fim das promoções vigentes nos contratos.

Autor: Deputado JUNINHO DO PNEU

Relator: Deputado GURGEL

VOTO EM SEPARADO DO DEPUTADO GILSON MARQUES

I – RELATÓRIO

Trata-se de Projeto de lei de autoria do ilustre deputado Juninho do Pneu (DEM/RJ), que visa obrigar as empresas de serviços públicos continuados a informar nas faturas que enviam mensalmente a seus consumidores, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do término de qualquer promoção ou variação de tarifa relativa à redução de tarifa ou ao custo pela prestação do respectivo serviço, qual novo preço ou novas condições serão aplicados pela prestação de tais serviços.

Como Justificativa, o autor argumenta que “tornou-se comum o abuso e o desrespeito ao consumidor cometido pelas concessionárias de serviços públicos continuados, a exemplo das operadoras de telefonia móvel ou de acesso à internet”.

A proposição foi distribuída às Comissões de Defesa do Consumidor e Constituição e Justiça e de Cidadania (Art. 54 RICD) - Art. 24, II. Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II. Regime de Tramitação: Ordinária (Art. 151, III, RICD)

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, o relator, ilustre deputado Gurgel (PSL/RJ), concluiu pela aprovação da proposição em análise.

É o relatório.

II - VOTO

O autor pretende obrigar as empresas de serviços públicos continuados a informar nas faturas, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, o término de qualquer promoção ou variação de tarifa e os custos pela prestação do serviço.

Trata-se de mais uma proposição bem-intencionada, porém com efeitos negativos, na medida em que implica, necessariamente, em aumento de custos ao prestador de serviço que serão repassados aos consumidores através de planos mais caros, pacotes nada promocionais, aumento de tarifas, prazos mais curtos para término de promoções, etc.

Esse é o efeito natural numa economia de mercado, pautada pelo lucro. Os custos da atividade são sempre repassados ao consumidor final.

Em "Economia numa única lição, Henry Hazlitt demonstrou que “a arte da economia está em considerar não só os efeitos imediatos de qualquer ato ou política, mas, também, os mais remotos; está em descobrir as consequências dessa política, não somente para um único grupo, mas para todos eles”.¹

É mais uma burocracia desnecessária a ser cumprida pelas empresas concessionárias. Digo desnecessária, porque no contrato firmado entre consumidor e empresas de serviços públicos continuados, em especial, as empresas de telefonia, há **menção expressa** da data do início da vigência e do término dos pacotes promocionais, bem como as condições e demais termos contratuais referentes ao serviço prestado.

Não é razoável onerar o preço final do serviço prestado pela concessionária para dar uma informação que já consta no contrato firmado com o consumidor.

O Supremo Tribunal Federal, reiteradamente, vem declarando a inconstitucionalidade material de leis que estabelecem **obrigações desarrazoadas** ou de difícil implementação prática.

“(…) todos os atos emanados do poder público estão necessariamente sujeitos, para efeito de sua validade material, à indeclinável observância de padrões mínimos de razoabilidade. **As normas legais devem observar, no processo de sua formulação, critérios de razoabilidade que guardem estrita consonância com os padrões fundados no princípio da proporcionalidade** (...) A exigência de razoabilidade - que visa a inibir e a neutralizar eventuais abusos do Poder Público, notadamente no desempenho de suas funções normativas - atua, enquanto categoria fundamental de limitação dos excessos emanados do Estado, como verdadeiro parâmetro de aferição da constitucionalidade material dos atos estatais” (STF, ADI 2667 MC/DF, Pleno, Relator Ministro Celso de Mello, julgado em 19/06/2002, DJ de 12/03/2004, p. 36).

Ressalta-se que o princípio da razoabilidade é uma diretriz de senso comum, ou mais exatamente, de bom-senso, aplicada ao Direito, que parte de critérios aceitáveis do ponto de vista racional, em sintonia com o senso normal de pessoas equilibradas.

Outra característica que enfraquece o projeto de lei em análise é o seu caráter paternalista. O Estado paternalista é aquele que diz o que você tem que fazer.

¹ (<https://www.mises.org.br/Ebook.aspx?id=25>)

Ao estabelecer a obrigação de informar a data de término das promoções e/ou variação de tarifa **que já constam do contrato**, o projeto considera o cidadão incapaz de gerir sua vida com discernimento próprio.

John Stuart Mill, na obra “Sobre a Liberdade”, argumenta que as pessoas devem ter liberdade para definir seu próprio comportamento, mesmo quando, no olhar de outros, eles estejam prejudicando a si mesmos. Sustentam tal posição, argumentos relacionados ao caráter educativo do erro e ao privilégio epistêmico do indivíduo, o único capaz de aferir de forma segura seu próprio bem-estar.²

Na maior parte da teoria política liberal, a discussão sobre as restrições à autonomia dos cidadãos se concentra no problema do paternalismo. O sujeito autônomo é aquele que determina seu comportamento, que assume a responsabilidade moral por suas escolhas e que, **nessas escolhas, se guia por critérios que ele mesmo produz ou aos quais adere voluntariamente.**

É preciso compreender que mais Estado na vida das pessoas, significa pagar mais.

Por fim, cumpre salientar que as prestadoras de serviço de telecomunicações estão sujeitas a regulamentos estabelecidos pela Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL. Um deles é a Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, que trata do Regulamento Geral dos Direitos do Consumidor de Telecomunicações (RGC). Conforme dispõem os artigos 51 e 52, as empresas são obrigadas a informarem ao consumidor sobre as condições tanto na contratação do serviço promocional, quanto em casos de alteração ou extinção desses planos de serviço, conforme disposto abaixo:

“Art. 51. Na contratação, a Prestadora deve entregar ao Consumidor o contrato de prestação do serviço e o Plano de Serviço contratado, bem como demais instrumentos relativos à oferta, juntamente com login e senha necessários a acesso ao espaço reservado ao Consumidor na página da Prestadora na internet, quando for o caso.

§ 1º Caso a contratação de algum serviço de telecomunicações se dê por meio do Atendimento Remoto, a Prestadora deve enviar ao Consumidor, por mensagem eletrônica ou outra forma com ele acordada, os documentos mencionados no caput.

§ 2º Quando da adesão do Consumidor, as promoções, descontos nas tarifas e preços dos serviços, facilidade ou comodidades adicionais devem ser devidamente informadas, preferencialmente por meio de mensagem de texto ou mensagem eletrônica, incluindo, no mínimo, o período de validade da oferta, explicitando-se data de início e de término, e a qual Plano de Serviço está vinculada.

² MILL, John Stuart “Sobre a Liberdade”. Petrópolis: Vozes, 1991

Art. 52. As Prestadoras devem comunicar com antecedência mínima de 30 (trinta) dias, preferencialmente por meio de mensagem de texto ou mensagem eletrônica, a alteração ou extinção de Planos de Serviço, Ofertas Conjuntas e promoções aos Consumidores afetados, sem prejuízo das regras específicas aplicáveis ao STFC”.

Diante do exposto o voto é pela REJEIÇÃO do Projeto de lei 4096/19 e da emenda.

Sala das Comissões, 03 de dezembro de 2019.

Deputado GILSON MARQUES (NOVO/SC)