

	Estado de Mato Grosso Assembleia Legislativa
Despacho	NP: s05idc2n SECRETARIA DE SERVIÇOS LEGISLATIVOS 13/11/2013 Projeto de lei nº 426/2013 Protocolo nº 6894/2013 Processo nº 1281/2013
Autor: Dep. Dilmar Dal Bosco	

Fica proibida a prática comercial de renovação automática de contrato de prestação de serviços por assinatura.

A **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MATO GROSSO**, tendo em vista o que dispõe o Art. 42 da Constituição Estadual, aprova e o Governador do Estado sanciona a seguinte lei:

Artigo 1º - - Fica proibida a prática comercial de renovação automática de contrato de prestação de serviços por assinatura.

Artigo 2º - As empresas deverão utilizar de meios de comunicação afim de que o consumidor seja avisado previamente com no máximo 60 dias, sobre o termino do contrato.

Artigo 3º - Caso o consumidor concorde em renovar o contrato, este deverá ser feito mediante a presença de um representante de vendas da empresa.

§1º - Para o contrato deverá ser afixado prazo máximo de 12 meses, salvo em prática promocional este poderá ser vigorado por até 18 meses.

§ 2º - Serão consideradas nulas as cláusulas que permitam a renovação automática dos contratos, mesmo havendo aceitação do consumidor.

Artigo 4º - Não havendo interesse por parte do consumidor em renovar a assinatura, ficam considerados como encerramento a data final do contrato vigente ou a quitação dos pagamentos, na forma que fora aplicada.

Parágrafo único - A empresa fica obrigada após o término do contrato a enviar para o endereço do consumidor um “comprovante de encerramento de contrato”, para fins de constatar CND – Certidão de Nada Consta entre as partes:

I- este comprovante de encerramento de contrato deverá expressar de forma clara, objetiva e sucinta as seguintes informações:

NOME COMPLETO DO CLIENTE

CPF

PRODUTO CONTRATADO

VALOR CONTRATADO

FORMA DE PAGAMENTO

DATA DE VIGÊNCIA E TERMINO DO CONTRATO.

II- no corpo do comprovante deverá constar o seguinte texto, datado e assinado por um funcionário superior do quadro de relações com o consumidor:

*A (**Razão Social da empresa**), inscrita no CNPJ, vem por meio deste, atestar para os devidos fins que o cliente descrito acima, não mantém nenhuma inadimplência com esta empresa, bem como não lhe consta nenhuma pendência no que se refira à documentação.*

Artigo 5º - Havendo consentimento pelo consumidor, com registro de protocolo, a empresa poderá enviar produtos ou a prestação de serviços em caráter de “amostra grátis de conteúdo” pelo período máximo de 90 dias, durante e após esse período o consumidor não será obrigado a se manifestar independente de sua escolha.

Artigo 6º - O descumprimento do disposto nesta lei sujeitará o estabelecimento infrator ao pagamento de multa no valor de 2000 UPF'S por autuação, aplicada em dobro no caso de reincidência, sem prejuízo da aplicação das demais penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, popularmente conhecida como Código de Defesa do Consumidor.

Artigo 7º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Plenário das Deliberações “Deputado Renê Barbour” em 06 de Novembro de 2013

Dilmar Dal Bosco
Deputado Estadual

JUSTIFICATIVA

O inciso II do Art. 4º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, popularmente conhecida como Código de Defesa do Consumidor nos obriga a dar retaguarda para os clientes vítimas dessa prática ilegal a qual essas empresas vêm utilizando.

Tal prática deve ser coibida, pois são recorrente e cada vez maior os números de reclamações junto ao PROCON e nos sites de reclamações. É visível o objetivo das empresas em obter lucros com a venda de produtos desta forma.

A coibição desta prática, considerada abusiva encontra respaldos no inciso V do Art. 24º da Constituição Federal que define como competência concorrente entre a União, os Estados e Distrito Federal legislar sobre consumo.

A estratégia adotada por muitas destas empresas consiste em oferecer de forma gratuita o serviço por um determinado período e caso o consumidor não se manifeste pelo cancelamento após esse período, ficam automaticamente renovados os contratos.

Outra tática também utilizada é o envio de malas-diretas com texto promocional, porém nesta mala-direta vem um boleto com dados pessoais do cliente e forma de pagamento, esta prática podemos considerar como sendo uma “pegadinha”, pois isto coloca muitos clientes em dúvidas e para não arcar com suposta inclusão do nome em sistemas de cobranças e acrescidos de falta de conhecimento acabam optando por fazer o pagamento. Este ato aplicado pelas empresas são ilegais segundo o inciso IV do Art. 39 do Código de Defesa do Consumidor (*prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços*).

São estas ações estratégicas que queremos por fim, precisamos punir estes atos e temos total competência para tal.

[LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990](#)

CAPÍTULO II - Da Política Nacional de Relações de Consumo

(...)

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios: [\(Redação dada pela Lei nº 9.008, de 21.3.1995\)](#)

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo;

II - **ação governamental no sentido de proteger efetivamente o consumidor:**

(...)

c) **pela presença do Estado no mercado de consumo;**

(...)

CAPÍTULO III - Dos Direitos Básicos do Consumidor

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

(...)

IV - a proteção contra a publicidade enganosa e abusiva, métodos comerciais coercitivos ou desleais, bem como contra práticas e cláusulas abusivas ou impostas no fornecimento de produtos e serviços;

CAPÍTULO V - Das Práticas Comerciais

SEÇÃO III - Da Publicidade

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

Pelos motivos expostos e atendendo ao que pede no inciso II do Art. 4º do Código de Defesa do Consumidor, conto com o apoio dos nobres pares para aprovação deste projeto que tem como objetivo garantir os direitos dos cidadãos consumidores dos respectivos serviços em nosso Estado.

Plenário das Deliberações “Deputado Renê Barbour” em 06 de Novembro de 2013

Dilmar Dal Bosco
Deputado Estadual