



## “Telefonia móvel - o descumprimento de contrato e as cláusulas de fidelização”

Lucca Peracchi Pinheiro Machado - Graduando em Direito  
Prof<sup>a</sup>. Dra. Cláudia Lima Marques - Orientadora

### 1. Apresentação

A presente pesquisa busca relacionar o art. 30 do CDC com a Res. 477/2007, que regula o serviço de telefonia móvel. Precisamente, ela busca esclarecer em que momento a publicidade enganosa enseja o descumprimento de contrato, tornando, assim, abusiva a cláusula de fidelização que prevê multa de rescisão.

Dessa forma, será aprofundada na obrigação contratual gerada pela publicidade, nos direitos que tem o consumidor do serviço de telefonia móvel quando o serviço que lhe é prestado não é adequado, nos abusos que as companhias de telefonia móvel cometem e nos possíveis desdobramentos jurídicos que essa situação pode originar.

### 2. Metodologia

O método utilizado foi, basicamente, a leitura de doutrina (livros e artigos) e jurisprudência, em conjunto com a análise do Código de Defesa do Consumidor e da Res. 477/2007.

Essa metodologia teve como base as seguintes questões: pode o consumidor rescindir o contrato antes do prazo mínimo previsto para tal? Caso ele possa, quais os motivos que possibilitam a ele tal ação? No que tange a empresa, pode ela se beneficiar de cláusulas contratuais de fidelização? Caso ela possa valer-se disso, pode ela também impor multas rescisórias de qualquer sorte ao consumidor? Em quais casos a cláusula de fidelidade pode ser taxada de abusiva? Se o serviço de telefonia móvel não é adequado e eficiente, quais são as ações possíveis ao consumidor?

### 3. Resultados Preliminares

Preliminarmente, o estudo permite concluir que, quando há descumprimento de contrato gerado por publicidade enganosa, a cláusula de fidelização se torna abusiva. Embora a empresa possa se valer desse tipo de cláusula, ela não pode penalizar o consumidor por um erro próprio dela (a publicidade enganosa).

Dessa forma, caso o consumidor tenha formalizado um contrato de telefonia móvel graças à publicidade e a empresa fornecedora do serviço não cumprir com essa publicidade, ele pode rescindir esse contrato sem ter que arcar com o ônus previsto nas cláusulas de fidelização.

### 4. Referências

MARQUES, C. L., Contratos no Código de Defesa do Consumidor. São Paulo, Editora Revista dos Tribunais, 2011.

GONÇALVES, Carlos Roberto, Direito civil brasileiro, volume 3: contratos e atos unilaterais. São Paulo, Editora Saraiva, 2015.

LÔBO, Paulo, Contratos. São Paulo, Editora Saraiva, 2012.

