



## **ANÁLISE DA ABUSIVIDADE DA RENOVAÇÃO AUTOMÁTICA DA CLÁUSULA DE FIDELIDADE NOS CONTRATOS DE TELECOMUNICAÇÕES**

*Eduardo de Almeida Gonçalves<sup>1</sup>*

### **RESUMO**

As cláusulas de fidelidade (ou contratos de permanência) são disposições bastante presentes nos contratos do ramo das telecomunicações. O Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações, da ANATEL, prevê algumas regras para essa cláusula, incluindo o tempo de permanência máximo de 12 (doze) meses. Diante dessa norma, algumas operadoras incluíram nos seus contratos a renovação automática do contrato de permanência. O presente artigo possui o intuito de analisar essa prática sob o enfoque legal e jurisprudencial.

**Palavras-chave:** Cláusula de fidelidade. Contrato de permanência. ANATEL. Renovação automática.

### **1 INTRODUÇÃO**

A cláusula de fidelidade é velha conhecida dos consumidores, especialmente para aqueles que contratam uma prestação de serviços, ou produto, no ramo das telecomunicações.

---

<sup>1</sup> Bacharel em Direito pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Advogado no escritório Mosseline, Medeiros & Gonçalves Advocacia em Natal/RN.

Trata-se de previsão em contrato, na qual uma das partes se compromete a permanecer na relação contratual por tempo determinado, sob pena de aplicação de multa rescisória caso queira rescindi-lo antes do período acordado.

Bastante comum é a prática de oferecimento de desconto em aparelhos celulares ou planos de telefonia, por parte das operadoras, em troca da permanência do cliente por um tempo contratualmente estabelecido. É, em tese, um acordo em que as duas partes saem ganhando: o consumidor recebe um desconto no produto ou serviço que deseja, e a operadora garante a manutenção deste por certo período.

Todavia, com a popularização dessa cláusula, viu-se cada vez mais abusos por parte das operadoras de telecomunicação. Períodos contratuais de permanência extremamente longos e multas abusivas nas cláusulas de fidelidade faziam com que os consumidores ficassem presos ao contrato de adesão, mesmo quando insatisfeitos com o produto ou serviço oferecido.

Tal fato fez com que fosse questionado no judiciário a legalidade dessas cláusulas, bem como motivou a regulação destas, por meio da Resolução nº 632<sup>2</sup>, de 7 de março de 2014 da Agência Nacional de Telecomunicações – ANATEL, fixando regras para sua validade.

Dentre essas regras, encontra-se aquela prevista no §1º do artigo 57 da norma supracitada, que estabelece o tempo de permanência máximo de 12 (doze) meses para as cláusulas de fidelidade. Esse ponto foi necessário para extirpar dos contratos de adesão períodos longos de permanência, que deixavam o consumidor em situação de vulnerabilidade, visto que ficava “preso” por muito tempo no mesmo contrato.

Com o advento do tempo de permanência máximo, algumas operadoras, no intuito de driblar essa regra, têm estabelecido a renovação automática da fidelidade após seu término, de forma que o tempo de 12 (doze) meses estabelecidos na legislação não seja desrespeitado e a cláusula perca seus efeitos.

Nesse sentido, o presente artigo tem o intuito de analisar referida renovação automática – por meio da jurisprudência, posicionamento dos órgãos de proteção do consumidor e análise legal –, para estabelecer se essa prática se apresenta como abusiva ou lícita, de forma que os consumidores possam ter ciência desses acontecimentos e buscarem proteção, caso necessário.

## **2 DA CLÁUSULA DE FIDELIDADE**

---

<sup>2</sup> ANATEL. **Resolução nº 632, de 07 de março de 2014**. Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC. Brasília, DF.

Apesar do conhecido nome *cláusula de fidelidade*, o legislador a denomina como contrato de permanência. A jurisprudência comumente utiliza as duas expressões como sinônimas<sup>3</sup>.

O Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC (Resolução nº 632, da ANATEL) define, em seu artigo 2º, II, o contrato de permanência da seguinte maneira:

[...] documento firmado entre Consumidor e Prestadora, regido pelas regras previstas no Código de Defesa do Consumidor, que trata do benefício concedido ao Consumidor em troca da sua vinculação, durante um prazo de permanência pré-determinado, a um Contrato de Prestação do Serviço.

Apresentada sua definição legal, que não deixa margem a muita dúvida, ante a simplicidade do instituto, cumpre tecer breves comentários sobre sua legalidade e características de validade.

O Superior Tribunal de Justiça – STJ já se manifestou acerca da validade da cláusula em comento. No julgamento do Recurso Especial nº 1445560/MG, realizado em 16.06.2014, o Ministro Relator Napoleão Nunes Maia Filho anotou que:

[...] É firme a jurisprudência do STJ de que a chamada cláusula de fidelização em contrato de telefonia é legítima, na medida em que se trata de condição que fica ao alvedrio (livre vontade) do assinante, o qual recebe benefícios por tal fidelização, bem como por ser uma necessidade de assegurar às operadoras de telefonia um período para recuperar o investimento realizado com a concessão de tarifas inferiores, bônus, fornecimento de aparelhos e outras promoções [...]<sup>4</sup>.

O julgado acima, além de confirmar o pacífico entendimento da Corte Superior em relação à legitimidade da cláusula de fidelidade, apresenta o requisito necessário para que esta

<sup>3</sup> Nesse sentido, exemplificativamente, veja-se as seguintes decisões: TJ-MG - AC: 10000180382681001 MG, Relator: Otávio Portes, Data de Julgamento: 07.08.2019, Data de Publicação: 09.08.2019; TJ-SC - AI: 4030444-75.2018.8.24.0000, Blumenau, Relator: Selso de Oliveira, Data de Julgamento: 29.08.2019, Quarta Câmara de Direito Civil; e TJ-RS - AC: 70083319038 RS, Relator: Umberto Guaspari Sudbrack, Data de Julgamento: 12.12.2019, Décima Segunda Câmara Cível, Data de Publicação: 16.12.2019.

<sup>4</sup> SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Recurso Especial nº 1445560/MG**. T1. Min. Napoleão Nunes Maia Filho. j. 16/06/2014. DJ. 18/08/2014. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/pesquisa/?aplicacao=processos.ea&tipoPesquisa=tipoPesquisaGenerica&termo=REsp%201445560>. Acesso em: 11 fev. 2020.

não seja considerada abusiva: a existência de benefícios ao consumidor em contrapartida à sua fidelização.

Portanto, uma cláusula de permanência que apenas apresente o tempo de fidelização e a multa rescisória pode ser considerada abusiva e, por conseguinte, passível de anulação pelo poder judiciário, uma vez que caracterizaria a onerosidade excessiva prevista no artigo 51, §1º, III do Código de Defesa do Consumidor - CDC.

No entendimento de Cavalieri Filho (2019, p. 215), “O equilíbrio contratual é o núcleo dos contratos de consumo. Não significa, necessariamente, equilíbrio das posições econômicas, mas equilíbrio das posições contratuais para impedir que a predisposição unilateral das cláusulas contratuais degenerem em abuso”. Ora, a previsão de fidelização sem contrapartidas para o consumidor claramente produz um desequilíbrio contratual para este, que se vê compelido a permanecer sob a égide de um contrato sem qualquer benefício que justifique essa obrigatoriedade.

### **3 DA RESOLUÇÃO DA ANATEL**

A ANATEL, agência reguladora vinculada ao Governo Federal, responsável pela regulação do setor de telecomunicações no Brasil, aprovou, após consulta pública realizada em 15 de março de 2015, o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC, no formato da Resolução nº 632, de 7 de março de 2014.

Esse diploma legal tem como objetivo estabelecer regras sobre atendimento, cobrança e oferta de serviços relativos ao Serviço Telefônico Fixo Comutado – STFC, ao Serviço Móvel Pessoal – SMP, ao Serviço de Comunicação Multimídia – SCM e aos Serviços de Televisão por Assinatura.

A Nota Técnica nº 102/CGEMM/DPDC/SENACON/2014 da Secretaria Nacional do Consumidor, órgão integrante do Ministério da Justiça, aduz que este regulamento faz parte das ações do Plano Nacional de Consumo e Cidadania – PLANDEC, e representa uma série de inovações na regulação setorial, assim como, na prevenção de conflitos de consumo (BRASIL, 2014, p.1).

Ainda de acordo com a nota, a resolução “uniformiza as regras sobre atendimento, cobrança e oferta, para todos os serviços de telecomunicações de interesse coletivo, conferindo maior transparência e segurança jurídica para todos os envolvidos na relação de consumo”

(BRASIL, 2014, p.28). Destarte, traz no seu capítulo III, artigos 57 a 59, as regras referentes ao contrato de permanência.

A primeira regra, presente no *caput* do artigo 57, é exatamente a permissão para que seja realizado o contrato de permanência, com a contrapartida do oferecimento de benefícios ao consumidor, de forma condizente com o que vem decidindo a jurisprudência pátria, como já supramencionado.

Essa compensação ofertada ao consumidor respalda o *equilíbrio* na relação contratual, o qual, segundo Rosenvald (2007, p. 91), “[...] prestigia o sinalagma negocial, seja em seu momento genético [...], seja em sua fase funcional [...], em prol daqueles que nas relações privadas são considerados como "menos iguais", seja ao tempo do ingresso no vínculo, seja, por fim, ao longo de sua trajetória.”

Nesse sentir, é clara a intenção do legislador em apenas permitir a realização do contrato de permanência (um ônus para o consumidor) caso algum bônus seja a ele concedido, de forma a manter a paridade de condições entre o contratante e o contratado.

Logo a seguir, em seu parágrafo primeiro, é disposta a norma mais importante para o presente artigo: o prazo máximo de fidelização de 12 (doze) meses. Uma maior análise dessa regra será realizada no tópico seguinte.

Ato contínuo, o diploma estabelece que o contrato de permanência não se confunde com o próprio contrato de prestação do serviço. Aquele é um documento distinto desse, e deve conter: o prazo de permanência aplicável, a descrição do benefício concedido e seu valor, o valor da multa em caso de rescisão antecipada do contrato e o contrato de prestação de serviço a que se vincula.

A resolução, ora analisada, também dá a opção ao consumidor de não aderir ao contrato de permanência. Nesse sentido, não é possível à operadora de telecomunicação obrigar o cliente a se fidelizar por um tempo determinado. Deve ela oferecer, caso o consumidor não opte pelo contrato de permanência, outro contrato, que pode ter um valor superior àquele com cláusula de fidelidade, já que não há garantia de permanência do usuário.

Uma das mais importantes regras dispostas na resolução em comento vem no seu artigo 58. Este aduz que o valor da multa estipulada no Contrato de Permanência deve ser proporcional ao valor do benefício e ao tempo restante para o término do período de permanência. Essa norma veio para coibir a prática da manutenção do mesmo valor da multa, independentemente do momento da rescisão contratual.

Antes dessa regra era possível que o usuário pagasse o mesmo montante caso rescindisse o contrato no segundo ou no último mês de permanência. Grinover et al. (2019, p. 1435, grifo meu), ao discorrer sobre a cláusula penal (multa) nos contratos consumeristas aduz que:

A multa excessiva também poderá ser reduzida caso se mostre iníqua. É verdade que sua função coatora precisa ser garantida [...]. Contudo, deve guardar uma proporcionalidade com o dano causado, não ensejando uma penalização excessiva se comparada ao valor da obrigação principal.

Dessa forma, a proporcionalidade na multa, trazida pela regra do artigo 58, condiz com os ensinamentos doutrinários e com as disposições do Código de Defesa do Consumidor, evitando-se onerosidade excessiva ao usuário dos serviços de telecomunicações.

Além de proporcional, a multa não pode ser cobrada caso a rescisão contratual se dê pela falha na prestação de serviços por parte da operadora de telecomunicação. Nesse caso, esta terá o ônus de comprovar que a rescisão não se deu por sua falha.

Essa inversão de ônus estabelecida pela resolução aqui estudada visa a facilitação da defesa do consumidor e é respaldada pelo inciso VIII do artigo 6º do Código de Defesa do Consumidor, o qual elenca seus direitos básicos, ou, nas palavras de Gama (2004, p. 50), “as linhas mestras do ideal a ser seguido na proteção das incolumidades física, psíquica e econômica dos consumidores”.

Por fim, prevê o artigo 59 que o prazo de permanência para o consumidor corporativo é de livre negociação e deve ser firmado pelo representante da pessoa jurídica contratante, devendo a operadora de telecomunicação manter arquivo de comprovação dessa qualidade enquanto vigente o contrato. Nesse sentido, toda a questão debatida acerca da renovação automática do contrato de permanência neste artigo envolve apenas o consumidor pessoa física, por expressa exclusão do usuário corporativo pela Resolução da ANATEL.

#### **4 DA RENOVAÇÃO AUTOMÁTICA DA CLÁUSULA DE FIDELIDADE**

Diante da regra do §1º do artigo 57 da Resolução nº 632 da ANATEL, que é bem clara ao especificar que o contrato de permanência não pode ter período superior a 12 (doze) meses, algumas operadoras de telecomunicação começaram a inserir, em seus contratos, cláusulas de

renovação automática da permanência. Nesse sentido, numa análise superficial, não haveria qualquer burla ao disposto no artigo em comento. Isso porque o contrato de permanência teria validade de 12 (doze) meses e, não havendo seu cancelamento no dia seguinte após seu vencimento, este prazo de validade seria renovado por mais 12 (doze) meses, conforme prescrito na legislação. Contudo, na prática, vê-se que não se pode interpretar dessa maneira.

Referida regra nasceu para limitar as operadoras de telecomunicação em relação ao tempo de fidelização. O legislador entendeu ser prejudicial ao consumidor estar *preso* a um contrato por mais de 12 (doze) meses. Tal fato se dá uma vez que, especialmente no ramo das telecomunicações, a tecnologia avança de forma rápida. Novos aparelhos, novas formas de se comunicar, novas tecnologias surgem quase diariamente nos tempos atuais.

Vejamos o exemplo da conexão de internet móvel sem fio. Há alguns anos a tecnologia principal era o “3G”. Hoje, temos o domínio do “4G” como tecnologia de ponta e o “5G” perto de ser lançado no Brasil<sup>5</sup>. Na hipótese de um consumidor assinar um contrato de prestação de serviços com uma operadora que preveja apenas a disponibilidade do “4G” (uma vez que o “5G” ainda não está em operação), com longo contrato de permanência, ao ser lançada a nova tecnologia, o usuário, caso queira aproveitar dos seus avanços, terá que pagar a multa rescisória e assinar novo contrato.

É, portanto, uma situação claramente desfavorável a ele. Logo, fica claro que longos contratos de permanência trazem muito mais benefícios às prestadoras de serviço que aos consumidores.

A renovação automática da cláusula de fidelidade faz com que o usuário tenha apenas um dia para realizar o seu cancelamento, antes que se inicie um novo período de permanência. Isso gera um grande ônus ao consumidor, uma vez que terá um curto espaço de tempo (vinte quatro horas) para requerer o fim da permanência.

Assim sendo, é de clareza solar que se trata de um enorme desequilíbrio contratual, no qual a balança pende para o lado das operadoras, que nada precisam fazer ou ofertar ao cliente, mas apenas esperar que o cancelamento não seja realizado na ínfima janela de tempo prevista contratualmente. Mais uma vez é caracterizada a onerosidade excessiva prevista no artigo 51, §1º, III do Código de Defesa do Consumidor.

Também nos parece razoável afirmar que essa prática contraria os incisos IV e V do artigo 39, do Código de Defesa do Consumidor:

---

<sup>5</sup> GOMES, Helton Simões. Anatel começa a tirar 5G do papel no Brasil; leilão deve ser maior do mundo. Tilt, São Paulo, 06 fev. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/tilt/noticias/redacao/2020/02/06/anatel-da-1-passo-para-licitacao-do-5g-no-brasil.htm>. Acesso em: 11 fev. 2020.

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas:

[...]

IV - 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;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

O inciso IV se refere ao consumidor hipossuficiente, traduzido pela melhor doutrina como aquele consumidor menos escolarizado ou de idade avançada, possuindo, em virtude disso, uma maior vulnerabilidade em comparação com a média. Trata-se de “um conceito fático e não jurídico, fundado em uma disparidade ou discrepância notada no caso concreto” (TARTUCE; NEVES, 2016, p. 43).

Corroborando o conceito acima, o professor Bruno Miragem (2013, p. 623) ensina que:

A determinação do que seja a hipossuficiência do consumidor se dá in concreto, devendo o juiz identificar neste conceito juridicamente indeterminado, em acordo com as regras de experiência, a ausência de condições de defesa processual, por razões econômicas, técnicas, ou mesmo em face de sua posição jurídica na relação sub judice (é o consumidor que não teve acesso à cópia do contrato, por exemplo).

Nesse sentido, verifica-se que muitos usuários do serviço de telecomunicação encontram-se nessa condição. Uma vez que a legislação pertinente ao contrato de permanência limita o período em 12 (doze) meses, utilizar uma cláusula de renovação automática em contrato com consumidores hipossuficientes torna-se abusivo por impô-los uma relação por tempo maior que o previsto pelo legislador. A condição de hipossuficiência não permite ao usuário ter a capacidade de entendimento quanto à disposição contratual que lhe assegura apenas um dia para evitar a renovação do tempo de permanência.

Já o inciso V demonstra a aversão do Código de Defesa do Consumidor não apenas à vantagem excessiva concretizada – identificada em termos práticos –, mas também em relação à sua mera *exigência*. Ou seja, basta que o fornecedor, nos atos preparatórios ao contrato, solicite vantagem dessa natureza para que seja decretada sua abusividade. O critério de julgamento da vantagem excessiva é o mesmo da vantagem exagerada (prevista no art. 51, § 1º,

do Código de Defesa do Consumidor), isto é, a presença de desequilíbrio contratual, uma vez que os dois termos são sinônimos (GRINOVER et al, 2019, p. 525).

Nesse caso, a vantagem excessiva se dá pelo curto espaço de tempo para o cancelamento da permanência e pelo fato de que a manifestação deve partir do consumidor, parte vulnerável da relação. Ao analisarmos essa prática no caso concreto, vemos diversas barreiras que podem ocorrer, impedindo o cancelamento no dia após o vencimento da fidelização. Por exemplo, pode o usuário ter compromissos inadiáveis naquele dia, pode estar enfermo, pode simplesmente esquecer a data exata. São diversos motivos que aclaram o desbalanceamento da proporcionalidade contratual contra o usuário.

As Cortes Superiores ainda não se manifestaram acerca da *renovação automática* do contrato de permanência. Todavia, em pesquisa jurisprudencial, foi possível encontrar decisões do Tribunal da Santa Catarina e de São Paulo, todas no mesmo sentido, considerando a prática como abusiva<sup>6</sup>. Cumpre sublinhar que referidas decisões são relativas à autores pessoas físicas, visto que aquelas relativas à consumidores corporativos possuem entendimento diferente, por causa do já explicitado artigo 59 da Resolução da ANATEL.

Os órgãos públicos de defesa do consumidor (Programa de Proteção e Defesa do Consumidor – Procons, estaduais e municipais) também não externaram sua posição a respeito do assunto aqui balizado. Todavia, em relação à assunto similar, qual seja, renovação automática de contratos, os Procons do Tocantins (TOCANTINS, 2020)<sup>7</sup>, da Assembleia Legislativa de Minas Gerais (GONTIJO, 2017)<sup>8</sup>, e do Maranhão (MARANHÃO, 2019)<sup>9</sup>, já declararam a sua abusividade.

Nessa lógica, o consumidor realiza a assinatura de um serviço por um período de tempo, de forma gratuita (experimental) ou não, e, após esse período, o prestador renova a

<sup>6</sup> **TJ-SC**. Apelação Cível nº 0305489-46.2017.8.24.0020. Primeira Câmara de Direito Civil. Rel. Raulino Jacó Brüning. j. 24/05/2018. DJ. 01/06/2018. Disponível em: <https://tj-sc.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/584667402/apelacao-civel-ac-3054894620178240020-criciuma-0305489-4620178240020/inteiro-teor-584667476?ref=juris-tabs>. Acesso em: 11 fev. 2020; **TJ-SP**. Apelação Cível nº 1005499-64.2016.8.26.0073. 38ª Câmara de Direito Privado. Rel. Achile Alesina. j. 21/06/2017. DJ. 23/06/2017. Disponível em: <https://tj-sp.jusbrasil.com.br/jurisprudencia/471910752/apelacao-apl-10054996420168260073-sp-1005499-6420168260073?ref=serp>. Acesso em: 11 fev. 2020.

<sup>7</sup> TOCANTINS. PROCON. **Jornais e Revistas: Perguntas e Respostas**. 2020. Disponível em: <https://procon.to.gov.br/perguntas-e-respostas/jornais-e-revistas/>. Acesso em: 11 fev. 2020.

<sup>8</sup> GONTIJO, Juliana. Procon alerta que renovação automática é prática abusiva: Consumidores não são obrigados a solicitar cancelamento de serviço oferecido gratuitamente. **O Tempo**. Belo Horizonte, p. 1-1. 10 jul. 2017. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/economia/procon-alerta-que-renovacao-automatica-e-pratica-abusiva-1.1495230>. Acesso em: 13 fev. 2020.

<sup>9</sup> MARANHÃO. PROCON. Renovação automática de serviços configura prática abusiva, alerta PROCON/MA. 2019. **PROCON**. Disponível em: <http://www.procon.ma.gov.br/renovacao-automatica-de-servicos-configura-pratica-abusiva-alerta-proconma/>. Acesso em: 11 fev. 2020.

contratação automaticamente. Trata-se de caso análogo à renovação automática da cláusula de fidelidade, uma vez que, em ambas situações, há a continuidade da relação contratual, sem a manifestação expressa do consumidor. Nos dois casos há manifesta vantagem excessiva exigida do usuário (artigo 39, V, do Código de Defesa do Consumidor).

Assim, apesar de não opinarem exatamente acerca da cláusula de fidelidade, até o momento, a posição citada alhures, aliada com as manifestações (também ainda esparsas) dos tribunais brasileiros, dá-nos um norte sobre como os Procons espalhados pelo Brasil irão tomar partido acerca do tema.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que a renovação automática da cláusula de fidelidade ainda não é um tema muito explorado pela doutrina, tribunais e órgãos de defesa do consumidor. O pouco tempo do início dessa prática, pelas operadoras de telecomunicação (após a vigência da Resolução nº 632, da ANATEL), é o fator que melhor explica o menor exame do tema pelas instituições supramencionadas.

Como se observa pela pesquisa realizada, apenas duas decisões nos tribunais pátrios foram proferidas acerca do tema, envolvendo pessoas físicas. Não há, nos arquivos dos órgãos de proteção ao consumidor, manifestações relativas à prática em estudo. Em pesquisa ao Google Acadêmico<sup>10</sup>, Scielo<sup>11</sup> e Capes<sup>12</sup>, também não foi possível encontrar artigos científicos que se debrucem sobre a renovação automática do contrato de permanência<sup>13</sup>. Nesse sentido, sublinha-se o ineditismo do presente estudo, que pode vir a ser complementado por outros futuramente.

Todavia, a partir do que se consegue constatar ao observar o posicionamento do Judiciário, dos PROCONS espalhados pelo Brasil (em relação a casos análogos) e da base sedimentada pelo Código de Defesa do Consumidor e toda doutrina ao seu redor, parece razoável entender que se trata de prática abusiva por parte da prestadora de serviço de telecomunicações.

Bem por isso, conclui-se que a cláusula de renovação automática é nula de pleno direito ou passível de nulidade, dependendo do momento de sua análise.

<sup>10</sup> Disponível em: <https://scholar.google.com.br/?hl=pt-BR>. Acesso em: 11 fev. 2020.

<sup>11</sup> Disponível em: <https://www.scielo.org/>. Acesso em: 11 fev. 2020.

<sup>12</sup> Disponível em: <http://www.periodicos.capes.gov.br/>. Acesso em: 11 fev. 2020.

<sup>13</sup> Pesquisas realizadas com os seguintes termos, separados e conjuntamente: cláusula de fidelidade, contrato de permanência, renovação automática, Resolução nº 632, ANATEL.

Portanto, espera-se que este artigo colabore com os estudos sobre o tema que venham a surgir, os quais, provavelmente, terão mais subsídios jurisprudenciais e/ou doutrinários para chegarem às suas próprias conclusões. Além disso, espera-se auxiliar os consumidores que se encontrem nas condições exploradas por este estudo, para que estes possam ter maior embasamento nos seus posicionamentos.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Análise da Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, que aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações**. Brasília: CGEMM, 2014. 28 p. Disponível em:

<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/consumidor/notas-tecnicas/anexos/102-2014.pdf>.

Acesso em: 11 fev. 2020.

CAVALIERI FILHO, Sérgio. **Programa de direito do consumidor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GAMA, Hélio Zagheto. **Curso de direito do consumidor**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2004.

GRINOVER, Ada Pellegrini et al. **Código Brasileiro de Defesa do Consumidor**: comentado pelos autores do anteprojeto. 12. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

MIRAGEM, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 4. ed. São Paulo: Ed. RT, 2013.

ROSENVALD, Nelson. A função social do contrato. *In*: HIRONAKA, Giselda Maria Fernandes Novaes; TARTUCE, Flávio (Coord.). **Direito Contratual**: temas atuais. São Paulo: Método, 2007.

TARTUCE, Flávio; NEVES, Daniel Amorim Assumpção. **Manual de Direito do Consumidor**: Direito Material e Processual. 5. ed. São Paulo: Método, 2016.

## **ANALYSIS OF THE ABUSIVITY OF AUTOMATIC RENEWAL OF THE LOYALTY CLAUSE IN TELECOMUNICATIONS CONTRACTS**

### **ABSTRACT**

Loyalty clauses (or permanence contracts) are very common provisions in telecommunications contracts. ANATEL's General Regulation on Consumer Rights in Telecommunications Services provides some rules for this clause, including a maximum stay of 12 (twelve) months. In view of this rule, some operators have included in their contracts the automatic renewal of the permanence contract. This article aims to analyze this practice from a legal and jurisprudential perspective.

**Keywords:** Loyalty clause. Permanence contract. ANATEL. Automatic renovation.