

## **DIREITO DO CONSUMIDOR E SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO MULTIMÍDIA**

Gislaine Cristine Pinheiro Souza<sup>1</sup>, Kellen Tesolini Trajano<sup>1</sup>,  
Leonardo das Neves Ribeiro<sup>2</sup>; Josete Pertel<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Acadêmicas de Direito – Multivix São Mateus/ES

<sup>2</sup>Especialista/Docente - Multivix São Mateus/ES

<sup>3</sup>Doutora/Docente - Multivix São Mateus/ES

### **RESUMO**

Esse estudo tem como objetivo geral analisar a efetividade do código de defesa do consumidor diante da prestação dos Serviços de Comunicação Multimídia (SCM), popularmente conhecidos como internet banda larga fixa, partindo da constatação de que embora existindo uma legislação sólida e específica voltada à proteção do consumidor, ainda são recorrentes as falhas na prestação de serviços, na ausência de informações claras e na existência de cláusulas contratuais abusivas. Para analisar tais padrões, o estudo foi desenvolvido por meio de pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, sendo esta última realizada na Faculdade Multivix São Mateus/ES, no dia 22/11/2025, com a participação de alunos dos primeiro e segundo períodos do curso de direito. A aplicação do questionário teve como objetivo identificar o nível de satisfação e as principais reclamações dos usuários quanto ao serviço de banda larga fixa, os resultados demonstraram que grande parte dos consumidores não têm acesso prévio ao contrato e enfrentam problemas relacionados à velocidade inferior à contratada, interrupções frequentes e dificuldade de cancelamento, ademais, constatou-se que o consumidor permanece em posição de vulnerabilidade o que reforça a necessidade de uma atuação mais efetiva da Anatel e dos órgãos de defesa do consumidor. Em suma, o artigo destaca a importância da boa-fé objetiva, da transparência e da informação adequada como instrumentos indispensáveis para o equilíbrio das relações de consumo e para a concretização da dignidade da pessoa humana nas contratações de serviços de telecomunicações.

Palavras-chave: Direito do consumidor, Serviços de banda larga fixa, Relação de consumo, Vulnerabilidade do consumidor.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the effectiveness of the Consumer Protection Code in the provision of Multimedia Communication Services (SCM), popularly known as fixed broadband internet, based on the observation that although there is solid and specific legislation aimed at protecting the consumer, failures in service provision, lack of clear information, and the existence of abusive contractual clauses are still recurrent. To analyze these patterns, the study was developed through bibliographic research and field research, the latter carried out at Faculdade Multivix São Mateus/ES, on November 22, 2025, with the participation of first and second-year law students. The questionnaire aimed to identify the level of satisfaction and the main complaints of users regarding fixed broadband service. The results showed that a large part of consumers do not have prior access to the contract and face problems related to speeds lower than contracted, frequent interruptions, and difficulty in canceling. Furthermore, it was found that the consumer remains in a vulnerable position, which reinforces the need for more effective action by Anatel and consumer protection agencies. In short, the article highlights the importance of objective good faith, transparency, and adequate information as indispensable instruments for balancing consumer relations and for realizing the dignity of the human person in the contracting of telecommunications services.

Keywords: Consumer law, Fixed broadband services, Consumer relationship, Consumer vulnerability.

## 1 INTRODUÇÃO

O Código de Defesa do Consumidor (CDC), sofreu grande influência do direito Europeu num todo, destacando a França, por seu Código de Consumo Francês, o qual serviu como inspiração. O CDC constitui um microssistema jurídico, pois reúne princípios e normas de natureza material, processual e penal, consolidando-se como um instrumento essencial para equilibrar as relações de consumo, e de igual modo, possui normas multidisciplinares, servindo como base não somente para as ações consumeristas, mas também utilizado em ações coletivas de maneira geral.

Entre essas diversas relações consumeristas, destacam-se os Serviços de Telecomunicações, figurando nos tempos atuais, as principais fontes de reclamações

registradas pelos consumidores. Dentre esses serviços que compõem essa classificação, temos serviços de comunicação multimídia (SCM), conhecida popularmente como serviços de internet banda larga fixa, prestadas por empresas que detêm uma autorização de SCM, que consiste em um serviço pago, prestado no regime privado.

Neste sentido, a Agência Nacional de Telecomunicação (ANATEL) em sua Resolução nº 614, de 2013, traz o conceito de SCM:

Art. 3º O SCM é um serviço fixo de telecomunicações de interesse coletivo, prestado em âmbito nacional e internacional, no regime privado, que possibilita a oferta de capacidade de transmissão, emissão e recepção de informações multimídia, permitindo inclusive o provimento de conexão à internet, utilizando quaisquer meios, a Assinantes dentro de uma Área de Prestação de Serviço (ANATEL, 2013).

O presente estudo visa esclarecer conceitos básicos, sobre a origem do CDC e como surgiu a proteção dos direitos do consumidor no Brasil, abordar características dos sujeitos envolvidos, esclarecer também, o que são os serviços de comunicação multimídia, seu marco inicial e sua regulamentação perante a ANATEL.

A escolha de estudar o tema de direito do consumidor frente aos serviços de comunicação multimídia foi motivada pela sua significativa relevância no contexto social contemporâneo, visto que com o crescimento constante da tecnologia, a Internet possibilita ao usuário tanto acesso instantâneo das informações quanto interação ilimitada entre pessoas. Adicionalmente, deve-se esclarecer que muitas vezes, a internet é utilizada como ferramenta de estudo, trabalho e lazer por grande parte da sociedade, ao passo que sua indisponibilidade resultaria em dificuldades no meio acadêmico, profissional e social, evidenciando que os serviços de SCM, são cada vez mais solicitados pela população, sendo hoje, um dos serviços mais procurados.

Segundo a pesquisa realizada pelo Centro Regional de Estudos para Desenvolvimento da Sociedade da Informação (2024), analisou nove indicadores de pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC-2024), relatou que 71% dos domicílios brasileiros, estão conectados à rede por meio de banda larga fixa.

Ademais, com o aumento da dependência da população em se conectar, cresce também, de forma simultânea, os números de reclamações registradas envolvendo a relação de consumo entre os fornecedores de Banda Larga Fixa e os

consumidores, tal importância do tema, se faz concreta, uma vez que a relação de consumo deve ser baseada principalmente pelo princípio fundamental da dignidade de pessoa humana.

Sobre esse assunto, alude o autor Rizzatto Nunes “a dignidade da pessoa humana e do consumidor é garantia fundamental que ilumina todos os demais princípios e normas e que, então, a ela devem respeito, dentro do sistema constitucional soberano brasileiro” (Nunes, 2024, p.128).

Adicionalmente, deve ser observado o princípio da boa-fé objetiva, ou seja, as partes envolvidas devem agir de forma honesta, agregando equilíbrio entre elas.

De acordo com Rizzatto Nunes (2024, p.132):

A boa-fé objetiva é uma espécie de pré-condição abstrata de uma relação ideal. Toda vez que no caso concreto, por exemplo, o magistrado tiver de avaliar o caso para identificar algum tipo de abuso, deve levar em consideração essa condição ideal a priori, na qual as partes respeitam-se mutuamente, de forma adequada e justa.

Diante do exposto, ficou evidente a relevância do tema, visto que possui importância social ao analisar se, o CDC e demais dispositivos legais estão sendo cumpridos na prática, e de que maneira os consumidores podem ter seus direitos respeitados, ademais, ganhou importância acadêmica por promover o debate sobre a efetividade das normas e a necessidade de atuação mais incisiva dos órgãos reguladores e fiscalizadores.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 REVISANDO ALGUNS CONCEITOS: CONSUMIDOR E FORNECEDOR**

Como a legislação brasileira, em especial o Código de Defesa do Consumidor (CDC) o qual é tratado na Lei nº 8.078/1990, traz em seu conteúdo a proteção dos consumidores, influenciando no equilíbrio das relações consumeristas, em seu artigo 1º, preleciona que o direito do consumidor se trata de ordem pública e interesse social.

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias. (Brasil,1990).

A princípio, para analisarmos o problema, devemos compreender definições importantes, como o conceito de consumidor e fornecedor.

O Consumidor pode ser definido como pessoa física ou jurídica, que compra produtos ou usa serviços, para seu próprio uso, ou para seus familiares. Podendo também ser consumidor por equiparação, ou seja, aquela pessoa que mesmo não realizando a compra, teve contato direto com objeto da relação de consumo.

O CDC, em seu artigo 2º e parágrafo único, traz a definição jurídica do conceito de consumidor;

Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.

Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo (Brasil, 1990).

Já o conceito de fornecedor é definido como pessoa física ou jurídica, que disponibiliza bens ou serviços para comercialização, igualmente, o CDC, em seu artigo 3º, também traz o conceito jurídico de fornecedor.

Art. 3º Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços (Brasil, 1990).

Diante do exposto, verifica-se o vínculo da relação de consumo, visto que o fornecedor disponibiliza bens ou serviços, enquanto, o consumidor compra ou usa serviços disponibilizados pelo fornecedor, ou seja, um depende do outro para ter a satisfação consumerista.

Vale salientar que o consumidor é considerado parte vulnerável nesta relação, pois é a parte mais frágil, sua vulnerabilidade pode ser técnica ou econômica, a primeira tem relação com a falta de conhecimento técnico perante o objeto adquirido pelo consumidor, por outro lado, a segunda tem relação com o fornecedor, geralmente, possuindo maior valor econômico.

Em conformidade, Gonçalves (2024, p.130) relata:

Significa ele que o consumidor é a parte fraca da relação jurídica de consumo. Essa fraqueza, essa fragilidade, é real, concreta, e decorre de dois aspectos: um de ordem técnica e outro de cunho econômico.

Segundo Gonçalves (2018, p.30) relata que “partindo da premissa básica de que o consumidor é a parte vulnerável das relações de consumo, o código pretende restabelecer o equilíbrio entre os protagonistas de tais relações”.

Portanto, o problema envolve uma série de questões interligadas, entre a mais comum temos a vulnerabilidade do consumidor, cabe lembrar que o CDC em seu artigo 4º inciso I, reconhece expressamente essa questão.

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:

I - reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado de consumo (Brasil,1990).

Todavia, mesmo com muitas normas de proteção ao consumidor, existe um crescente número de reclamações registradas pela ANATEL, em seu Índice de Reclamações (IR) e no PROCON, sendo, portanto, visível que possui falhas na prestação de serviços de comunicação multimídia

A ANATEL (2023, p. 4) informou que “em 2023 os consumidores de serviços de telecomunicações registraram 1,32 milhão de reclamações contra as prestadoras”.

Ademais, relatou ainda que “houve 380 mil reclamações sobre a banda larga fixa em 2023 na Anatel e o IR ficou em 0,67 em 2023, sendo que em 2022 foi 0,75. Desse modo, o serviço de banda larga fixa ocupa o posto de serviço proporcionalmente mais reclamado no ano de 2023” (ANATEL, 2023, p.4).

Logo, ficou evidente a necessidade de investigar os parâmetros que envolvem essa relação consumerista e se as leis brasileiras são efetivamente eficazes ao consumidor.

## 2.2 A ORIGEM DO DIREITO DO CONSUMIDOR E A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

Historicamente, a partir da Revolução Industrial ocorrida na primeira metade do século XVIII, na Inglaterra, a produção artesanal baseada no núcleo familiar deu lugar a produção de bens em massa, artesãos e manufactureiros foram substituídos por máquinas, fazendo com que o comerciante não fosse mais o detentor de toda a cadeia de produção, com essa transformação da estrutura social, surgiram a burguesia e a classe operária.

Como o Estado não regulamentava as relações de consumo, pois prevaleceria o princípio da livre iniciativa, passou a ser comum para a burguesia, cometer atitudes abusivas contra a classe operária, resultando o desequilíbrio entre fornecedores e os consumidores.

Neste contexto, o direito do consumidor surgiu com o crescimento da produção em massa, com a expansão do capitalismo e o desaparecimento do socialismo ao redor do mundo, por conseguinte, surgiu o classe de consumidores, que inicialmente, enfrentavam enormes desafios por não existir legislação específica para tratar das relações de consumo, ou seja não havia um conjunto de normas para proteger os interesses deste grupo, enquanto parte mais fraca da relação no meio econômico, partindo dessa premissa nasce a necessidade de proteger este grupo sendo o introdutório do direito do consumidor.

Vilela e Silveira (2021, p.233) relatam que

As relações contemporâneas de consumo, tal qual experimentamos aos dias atuais, advém do legado industrial europeu, ainda no século XIX, em razão da nova forma de produção e conseqüente organização social. Porém, sabe-se que justamente na Europa reformulada do pós-segunda guerra mundial, os modelos de produção passam por novas reformulações, imprimindo na sociedade a necessidade frequente de consumo, o papel das novas mídias de comunicação cria a “cultura de massa”, introduzindo a figura do consumidor como papel fundamental da cadeia capitalista, mas sem compreender a devida relevância e o respeito que lhe é dispensado.

Os ramos do direito, sobretudo o do direito privado, existentes anteriormente, como o Direito Civil, Direito Empresária e até mesmo o Direito do Trabalho, mostraram-se insuficientes para a proteção do consumidor, desta forma, com o passar do tempo, concluiu-se que haveria a necessidade de criar um ramo de normas e princípios específicos, uma legislação própria voltada para os consumidores, obrigando o ramo de direito privado a criação deste.

No plano global, o direito do consumidor começa a ser discutido em 1972, na chamada Conferência de Estocolmo, a partir deste marco histórico, começa-se a ter a discussão do consumidor em nível mundial, utilizando como base a Resolução 39.248 do Fórum da ONU, na qual, seguindo suas diretrizes criaram as legislações consumeristas.

Do ponto de vista do Brasil, o direito do consumidor já era abordado no Código Civil de 1916, contudo, no CC existia o princípio da autonomia da vontade, o qual pressupõe a igualdade das partes, o que era naquela época uma ilusão, sobretudo com as grandes guerras (primeira e segunda guerras mundiais), agravando ainda mais a supremacia do fornecedor, o qual passou a dar as diretrizes e regras de consumo, visto o grande desequilíbrio, o Estado teve que intervir, não como parte, mas com o importante papel de elaborar uma lei protetiva, reconhecendo que o

consumidor é a parte mais fraca da relação, sendo portanto o “ponta pé” inicial para se criar o Código de Defesa do Consumidor no território brasileiro.

Ainda sobre a necessidade de haver um equilíbrio, segundo o autor Khouri (2021, p. 39) “o CDC nada mais é do que uma tentativa de reequilibrar essa relação, tendo em vista a posição econômica favorável do fornecedor; impondo-se a necessidade de um equilíbrio mínimo em todas as relações contratuais de consumo”. A semente do direito do Consumidor foi plantada com a homologação da Constituição Federal, artigo 5º, passando a dispor que “XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor”. (Brasil,1988).

Sobre esse assunto os autores Neto e Costa (2015, p.224), afirmam que

norma de eficácia limitada, que foi regulamentada com a edição da Lei n. 8.078/90, o Código de Defesa do Consumidor, que objetiva o equilíbrio nas relações de consumo, com uma legislação especial e a criação de órgãos no âmbito governamental, além do estímulo à sociedade na árdua e constante tarefa de disciplinar o mercado consumidor.

Adicionalmente, a CF (1988) em artigo 170, inciso V, preleciona que a ordem, econômica, tem como princípio a defesa do consumidor.

Posteriormente, foi promulgada o Ato de Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT) que relata “o Congresso Nacional, dentro de cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará código de defesa do consumidor. (Brasil, 1988)

Após relatar a Carta Magna, sobre a existência deste importante direito, juntamente com a ADCT, nº 48, foi criado o Código de Defesa do Consumidor (1990), o qual ficou responsável por reger as relações de consumo, sendo considerado ramo do direito privado, autônomo, e que serve como exemplo mundial de dispositivo de proteção ao consumidor.

### 2.3 DA ORIGEM DA INTERNET E OS SERVIÇOS DE BANDA LARGA FIXA

Por certo que a invenção mais revolucionária da humanidade é a Internet, esta magnífica invenção ajuda a interconectar pessoas ao redor do mundo, difundindo informações em todas as línguas e trazendo entretenimento para diversas pessoas. Segundo Nery (2022, p.55) “a internet é, na verdade, um enorme conjunto de conteúdos, produtos e endereços que são acessados pelo usuário por meio de um serviço de telecomunicações previamente existente.

A Internet foi criada em 1969, em pleno contexto da Guerra Fria, na qual duas superpotências, Estados Unidos e União soviética, encontravam-se em conflito político e ideológico, onde cada um defendia seus interesses e ideologias, neste sentido, Lins (2013, p.13) “a rede, no entanto, nasceu bem antes, nos anos sessenta, como resultado de um esforço do sistema de defesa dos EUA para dotar a comunidade acadêmica e militar de uma rede de comunicações que pudesse sobreviver a um ataque nuclear”

O Departamento de Defesa dos Estados Unidos, chamado DARPA, criou uma rede experimental de computadores chamada ARPANET, sendo a rede preambular que utilizou o protocolo de comunicação TCP/IP, desenvolvido por Vint Cerf e Bob Kahn, com intuito inicialmente milita e acadêmico. Com o fim da Guerra Fria, a Internet cresceu e começou a ser colocada no comércio, sua expansão foi evoluindo com o tempo, atualmente, a Internet se tornou uma rede global de computadores que conecta pessoas em todo o mundo, além de permitir a comunicação, a troca de informações e arquivos a Internet também é usada para fins educacionais, comerciais e de entretenimento, sendo hoje indispensável para a vida moderna, tendo impacto direto na sociedade e na economia.

Já no Brasil a internet teve seu marco inicial em meados de 1989 com a Internet discada, contudo não demorou para a internet evoluir, surgindo assim, como forma de substituir a obsoleta internet discada, os serviços de internet banda larga, tendo seu marco inicial em 1996.

Neste contexto, relata Lins (2013, p.31):

[...] partir de 1996 começou a ser oferecido no Brasil o acesso dedicado local ao pequeno usuário, na modalidade Asymmetric Digital Subscriber Line – ADSL, que oferecia uma capacidade de tráfego de maior velocidade ao usuário individual, variando inicialmente de 256 Kbps a 2 Mbps, a um custo de conexão prefixado. Inicialmente foram oferecidos pacotes com restrições de volume de tráfego, mas o mercado rapidamente evoluiu para uma tarifa independente do volume de utilização (tarifa flat), com degraus tarifários de acordo com a velocidade nominal de operação. Nascia, então, o acesso à Internet em banda larga.

Os serviços de internet banda larga fixa, são aqueles serviços chamados tecnicamente de SCM “Serviços de Comunicação Multimídia”, sendo o tipo de conexão de internet, vinculada a velocidade da transmissão.

A regulamentação dos serviços de banda larga fixa é disposta pela ANATEL por meio do Regulamento do SCM, Resolução nº 614, de 28 de maio de 2013, ademais, tal serviço possui diferentes formas de provimento, podendo ser

disponibilizado por meio de cabo Coaxial, por Par Trançado, Fibra Ótica, Rede Elétrica ou Via Rádio (utilizado em zona rural, com difícil acesso).

Além da Agência da ANATEL, vale ressaltar outro marco importante no meio da proteção do consumidor frente a serviços de internet que é a Lei nº12.965/2014, Marco Civil da Internet, considerado popularmente como a constituição da Internet, estabelecendo em seu conteúdo as diretrizes de como deve ser utilizada no Brasil.

Desta forma a Lei nº12.965 em seu artigo 2º dispõe:

Art. 2º A disciplina do uso da internet no Brasil tem como fundamento o respeito à liberdade de expressão, bem como:  
 I - o reconhecimento da escala mundial da rede;  
 II - os direitos humanos, o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais;  
 III - a pluralidade e a diversidade;  
 IV - a abertura e a colaboração;  
 V - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e  
 VI - a finalidade social da rede. (Brasil, 2014)

Adicionalmente, este mesmo diploma traz em seu artigo 7º não apenas caráter essencial do acesso à internet frente ao exercício da cidadania, mas também os direitos e garantias dos usuários.

Art. 7º O acesso à internet é essencial ao exercício da cidadania, e ao usuário são assegurados os seguintes direitos:  
 I - inviolabilidade da intimidade e da vida privada, sua proteção e indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;  
 II - inviolabilidade e sigilo do fluxo de suas comunicações pela internet, salvo por ordem judicial, na forma da lei;  
 III - inviolabilidade e sigilo de suas comunicações privadas armazenadas, salvo por ordem judicial;  
 IV - não suspensão da conexão à internet, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização (Brasil, 2014).

Logo, fica evidente o caráter revolucionário da Internet sendo uma inovação que possibilitou a evolução da comunicação, sendo os serviços de SCM, um meio mais rápido para a transmissão de informações, em outro prisma, o Marco Civil da Internet reforça a obrigação das prestadoras de garantir informações claras, precisas e acessíveis aos consumidores, especialmente no que se refere às condições contratuais, à velocidade contratada e aos limites de uso, tal legislação, em conjunto com o Código de Defesa do Consumidor, e as Resoluções da Anatel possuem o intuito de assegurar o equilíbrio nas relações de consumo, proteger o consumidor e impor responsabilidades aos fornecedores de serviços de banda larga fixa.

## 2.4 DA AQUISIÇÃO DO CONTRATO DE SCM E SUAS CLÁUSULAS

Com a globalização e o avanço da internet, os contratos passaram, a ser disponibilizados para muitas pessoas, por esse motivo, os serviços de comunicação multimídia, são adquiridos, em sua maioria, por meio de contratos de adesão, que são aqueles contratos elaborados pelo fornecedor, de forma unilateral, ou seja, é redigido apenas por uma das partes.

Segundo Sílvio de Salvo Venozza, (2025) o contrato contém todas as cláusulas prontas já pré-redigidas pelo fornecedor bastando a ao consumidor apenas aceitar, limitando os seus direitos de discutir as cláusulas:

Trata-se do típico contrato que se apresenta com todas as cláusulas predispostas por uma das partes. A outra parte, o aderente, somente tem a alternativa de aceitar ou repelir o contrato. Essa modalidade não resiste a uma explicação dentro dos princípios tradicionais de direito contratual, como vimos. O consentimento manifesta-se, então, por simples adesão às cláusulas que foram apresentadas pelo outro contratante (Venozza, 2025, p. 24).

Paulo Lôbo (2025), reforça a ideia complementando a visão do autor Venozza (2025) ao afirmar que, no contrato de adesão, há a aceitação de condições gerais já predispostas, que passam a produzir efeitos independentemente de negociação. Ou seja, tanto Venozza, quanto Lôbo, destacam que esse tipo de contrato rompe com os princípios tradicionais do direito contratual, especialmente no que diz respeito à autonomia da vontade, uma vez que o consumidor apenas se submete às cláusulas impostas

Em conformidade, Bruno Giacoli (2024) também corrobora essa concepção ao afirmar que esse modelo contratual se configura como um negócio jurídico unilateral, no qual as cláusulas são elaboradas exclusivamente pelo fornecedor, não permitindo ao consumidor qualquer alteração ou negociação

Assim, o contrato de adesão pode ser entendido como o negócio jurídico escrito ou verbal, que contém cláusulas preestabelecidas unilateralmente pelo fornecedor ou aprovadas pela autoridade competente (contrato de fornecimento de energia elétrica, água, seguro etc.), sem que o consumidor, que é parte aderente no contrato, possa ter discutido ou modificado o seu conteúdo (Giacoli, 2024, p.207).

Assim como Venozza, Lôbo e Giacoli evidenciam que esse formato de contrato se tornou comum em serviços essenciais, como energia elétrica, água, telefonia e internet.

Vale lembrar que quando se trata de serviços de Internet Banda Larga Fixa, tem a possibilidade de as cláusulas já terem sido pré redigidas ou estabelecidas pela Agência Reguladora, no caso a ANATEL, responsável por dar diretrizes, em relação aos contratos. Muitas destas regras estipuladas pela ANATEL e diferentemente do que acontece em outras legislações, não há necessidade de dupla verificação, a adesão dessas regras contidas pela ANATEL ou pelos fornecedores, qualquer uma delas, ou tanto faz qualquer delas, acaba por vincular o consumidor, fazendo com que o consumidor, portanto, ao aderir este contrato, acabe cumprindo as regras impostas pelos reguladores, ou pelos fornecedores.

Em Suma, nos contratos de Adesão em relação aos serviços de SCM há supremacia do fornecedor, quanto a redação e elaboração das cláusulas contratuais, restando ao consumidor aderir ao contrato, pronto e acabado se assim entender conveniente.

O CDC, em seu artigo 54, traz as características que permeiam o contrato de adesão:

Art. 54. Contrato de adesão é aquele cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo (Brasil, 1990).

Neste contrato pode se observar cinco características específicas, a primeira delas e, portanto, a mais limitadora, é a ausência de participação do consumidor na elaboração das cláusulas estipuladas, como já mencionada anteriormente o consumidor não participa do contrato, não elabora as cláusulas e menos ainda tem a possibilidade de discutí-las, isto é, de estabelecer alguma redação diferenciada, por algum ponto relacionado a alguma cláusula deste contrato.

A segunda característica é a possibilidade de inserção de cláusulas no contrato, uma vez que ele já vem pronto, possuindo as cláusulas pré-definidas, entende-se que teria a possibilidade de ser inserido cláusulas de forma manuscrita, em comum acordo das partes, mantendo assim o mesmo peso das outras, salvo de no contrato estiver cláusula em sentido oposto, desta forma será respeitada a cláusula que foi manuscrita.

A terceira característica é a resolução dos contratos através de escolha do consumidor, elencada expressamente no artigo 54, §2º do CDC (1990), deste que, no entanto, a cláusula resolutiva fique a cargo do consumidor e não do fornecedor, ou

seja o fornecedor de Banda larga pode prever a resolução expressa no contrato, sem que subtraia do consumidor o direito de escolha.

A quarta característica é os requisitos que as cláusulas devem seguir segundo o § 3º do mesmo dispositivo, o qual relata que o tamanho mínimo da fonte das cláusulas devem ser fonte doze, de modo a facilitar a compreensão do consumidor visto que fontes diminutas, letras miúdas, impedem inclusive a leituras por parte do consumidor, além disso, as cláusulas devem ser redigidas com uma linguagem acessível, para que seja de fácil entendimento.

A quinta característica são as cláusulas que limitam o direito do consumidor, disposto no §4º igualmente do mesmo dispositivo supramencionado, vale esclarecer que não há uma proibição dessas cláusulas, no entanto para isso, a lei estabelece a necessidade de um destaque nessas cláusulas, para que os consumidores, de forma prévia tomem conhecimento do seu conteúdo.

### **3 METODOLOGIA**

Considerando que o estudo em questão buscou avançar no conhecimento científico sobre os direitos dos consumidores em aderir os serviços de comunicação multimídia. Esta pesquisa caracteriza-se quanto a natureza de uma pesquisa básica, visto que seu fim é produzir conhecimento sobre o tema, sem que haja uma aplicação prática prevista.

Segundo Ferrão e Ferrão (2012, p,78)

objetivo da pesquisa básica é intelectual, procura alcançar ou saber para satisfação do desejo de adquirir conhecimentos e proporcionar informações possíveis de aplicações práticas, sendo desvinculada de finalidades utilitárias imediatas não sofrendo limitação do tempo. É dirigida a geração do conhecimento científico não aplicável, imediatamente a solução de demandas tecnológicas específicas generalizações, estruturas sistemas e teorias.

O procedimento metodológico selecionado foi o bibliográfico, baseado na “análise de material já existente, como livros e artigos científicos” (Gil, 2006, p.44). Esta abordagem possibilitou uma compreensão abrangente dos serviços de internet banda larga, incluindo suas origens, fundamentos legais, impactos sociais e jurídicos.

Quanto a classificação com base em seus objetivos foi a pesquisa descritiva, pois focamos em um grupo específico que são os consumidores. “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de

determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis.” (Gil, 2006, p.42).

Do ponto de vista da forma de abordagem do problema, aplicamos a pesquisa quantitativa, segundo Marconi e Lakatos (2022, p.327) “o enfoque quantitativo vale-se do levantamento de dados para provar hipóteses baseadas na medida numérica, bem como da análise estatística para estabelecer padrões de comportamento.” Desta forma, foi analisado por meio de questionário, o nível de satisfação da turma de direito da faculdade Multivix, frente aos serviços de Banda Larga Fixa, buscando descobrir qual o nível de satisfação dos serviços de SCM na região de São Mateus, visto que seus dados influenciam diretamente no tema proposto.

Conforme Ferrão e Ferrão (2012, p,105) “o questionário é uma técnica se coleta de dados através de uma série ordenada se perguntas, que devem ser respondidas por escrito, sem a presença do entrevistador”.

Diante do exposto, o trabalho tem como natureza a pesquisa Básica, a forma de abordagem do problema escolhida foi a pesquisa quantitativa, do ponto de vista de seu objetivo caminha como uma pesquisa descritiva e sobre os procedimentos técnicos optou-se pelo questionário, buscando assim a melhor maneira de aprofundar no tema proposto.

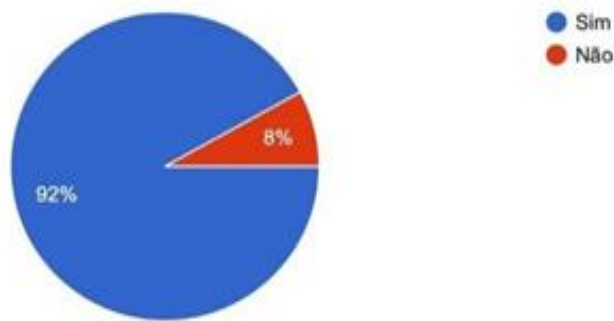
#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

No dia 22 de novembro de 2025, foi realizada a aplicação do questionário na Faculdade Multivix São Mateus/ES, tendo como objetivo analisar o nível de satisfação dos consumidores em relação ao serviço de internet banda larga fixa, bem como verificar se as empresas prestadoras têm respeitado os direitos previstos no Código de Defesa do Consumidor e na Resolução nº614/2013 da Anatel.

Foram obtidas 50 respostas válidas, por meio de um questionário online composto por seis perguntas objetivas, foram selecionados para participar os alunos de 1° e 2° períodos do curso de direito. A escolha desse público deu-se pela facilidade de acesso e a relevância acadêmica da amostra, considerando que os estudantes, além de consumidores, possuem conhecimento básico sobre seus direitos e conseguem avaliar de forma crítica as práticas das empresas prestadoras de serviço de internet. Desta forma, a seguir apresentam se os principais resultados obtidos a partir das respostas coletadas.

O primeiro questionamento buscou saber se o participante possuía acesso à banda larga fixa em seu domicílio, os resultados demonstraram que aproximadamente 92% dos participantes possuem acesso à internet banda larga fixa, enquanto 6% afirmaram não possuir o serviço (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Acesso à internet banda larga fixa

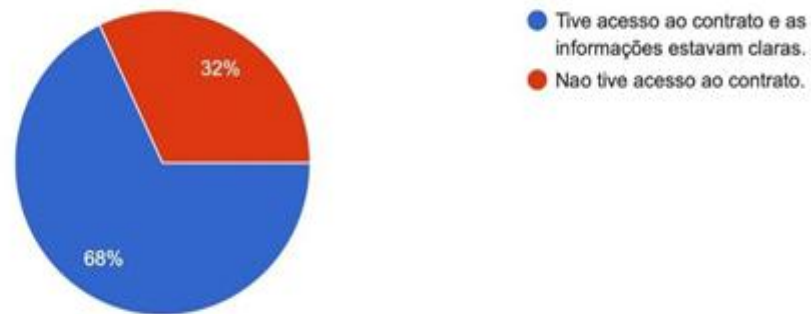


Fonte: Próprios autores, 2025.

Esses dados reforçaram a relevância do tema, diante da alta taxa de conectividade observada, uma vez que o acesso se tornou essencial para o desenvolvimento pessoal, profissional e acadêmico, além de ser reconhecido como instrumento indispensável ao exercício da cidadania, vale lembrar que de igual modo, em nível nacional as pesquisas do TIC domicílios 2024, evidenciando a indispensabilidades dos serviços.

Segundo questionamento buscou saber se os consumidores tiveram acesso ao contrato de prestação de serviço, observou-se 32% dos entrevistados, não tiveram acesso ao contrato no momento da contratação (Gráfico 2). Esse dado revela uma fragilidade na transparência da relação do consumo, uma vez que o artigo 6º, inciso III, do CDC, garante ao consumidor o direito à informação clara e adequada sobre os produtos e serviços oferecidos, tal ausência de contrato prévio ou a entrega de documentos confusos compromete o princípio da boa-fé objetiva previsto no artigo 4º, inciso III, do mesmo diploma legal, o qual exige lealdade e respeito mútuo nas relações contratuais.

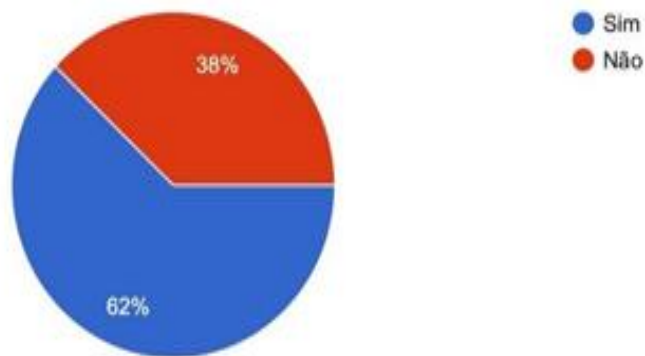
Gráfico 2 – Acesso e Clareza das informações Contratuais



Fonte: Próprios autores, 2025.

No terceiro questionamento do questionário abordou a ocorrência de falhas na prestação de serviços, registrando cerca de 62% dos participantes afirmaram ter enfrentado algum tipo de problema, como lentidão, interrupções constantes e cobranças indevidas (Gráfico 3). Esses relatos revelam que apesar da ampla regulamentação existente, as operadoras ainda não conseguem garantir a qualidade mínima exigida pela ANATEL, pois a Resolução nº614/2013 relata que as prestadoras são obrigadas a assegurar padrões de estabilidade e continuidade do serviço, sob pena de violação aos direitos básicos do consumidor.

Gráfico 3 – Problemas enfrentados durante o uso da internet

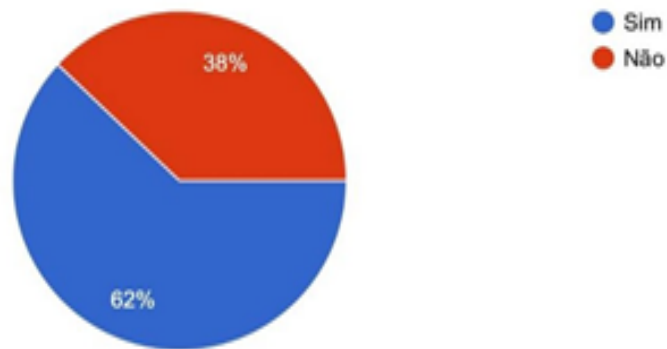


Fonte: Próprios autores, 2025.

No quarto questionamento buscou saber sobre a dificuldade em cancelar, alterar o plano ou resolver problemas junto à operadora, 62% relataram já ter passado por alguma dessas situações (Gráfico 4). Esse número reforça a ideia de que os contratos de SCM são marcados pela burocracia e pela assimetria de poder, deixando o consumidor em posição de vulnerabilidade técnica e econômica. Conforme

discutido por Gonçalves (2024) a vulnerabilidade técnica e econômica do consumidor o coloca em posição de desvantagem frente ao fornecedor, tornando necessário o reforço de mecanismos de proteção e fiscalização.

Gráfico 4 – Problemas enfrentados durante o uso da internet

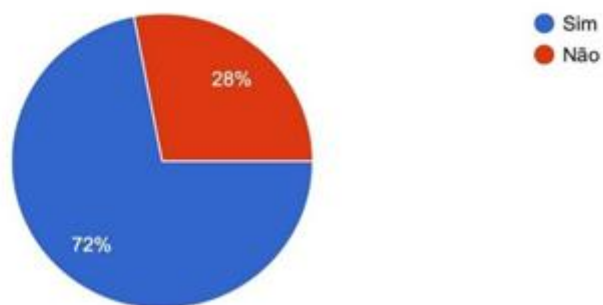


Fonte: Próprios autores, 2025.

Por outro lado, os últimos dois questionamentos chamam a atenção para fato de que 72% dos participantes acreditam que a empresa respeita seus direitos como cliente (Gráfico 5) e 76% declararam estar satisfeitos com o serviço contratado (Gráfico 6).

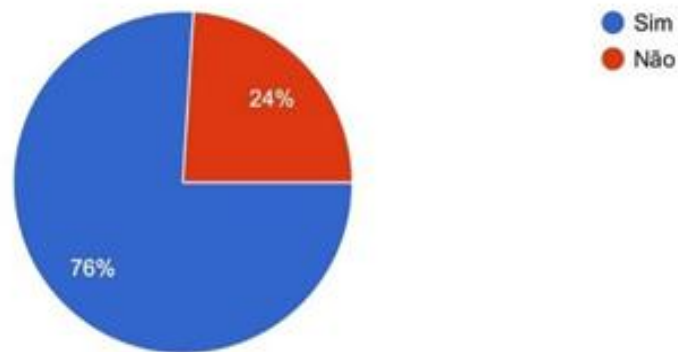
Essa aparente contradição pode ser explicada pelo fenômeno da acomodação do consumidor, que, mesmo diante de falhas, tendem a se conformar devido à falta de opções de mercado ou à complexidade dos processos de reclamação.

Gráfico 5 - Percepção sobre respeito aos direitos do consumidor



Fonte: Próprios autores, 2025

Gráfico 6 - Nível geral de satisfação com o serviço contratado



Fonte: Próprios autores, 2025

De modo geral, os resultados apontam que, embora a maioria dos consumidores demonstre certo nível de satisfação, ainda persistem falhas significativas quanto à transparência contratual e à qualidade da prestação de serviços, em desacordo com os princípios da informação, da confiança e da boa-fé que devem nortear as relações de consumo, essas evidências reforçam a necessidade de atuação mais efetiva da ANATEL e dos órgãos de defesa do consumidor, como o PROCON, no sentido de fiscalizar as operadoras e assegurar que os direitos previstos no CDC e no Marco Civil da Internet referente a Lei n.º 12.965/2014, sejam efetivamente cumpridos.

Os resultados confirmam, portanto, a hipótese levantada na pesquisa: apesar da existência de uma legislação robusta, as normas de proteção ao consumidor ainda não se mostram plenamente eficazes para garantir o equilíbrio nas relações contratuais de serviços de comunicação multimídia, especialmente no que tange à clareza das informações, à qualidade da prestação do serviço e à facilidade de cancelamento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a efetividade das normas de proteção ao consumidor aplicadas aos serviços de comunicação multimídia, popularmente conhecidos como internet banda larga fixa. A partir da pesquisa bibliográfica e do levantamento de dados realizados na Faculdade Multivix São Mateus/ES no dia 22 de novembro de 2025, com a participação de cinquenta alunos

dos 1º e 2º períodos do curso de Direito. Nesse estudo foi possível compreender a percepção dos consumidores em relação à qualidade do serviço prestado, à clareza das informações contratuais e ao respeito aos direitos assegurados pelo Código de Defesa do Consumidor.

Os resultados apontaram que a maior parte dos entrevistados possui acesso à internet banda larga fixa, evidenciando a essencialidade desse serviço na vida cotidiana. Entretanto, verificou-se que quase metade dos participantes não teve acesso ao contrato no momento da contratação, o que revela deficiência na transparência e viola o direito básico à informação previsto no artigo 6º, inciso III, do CDC. Além disso, um número expressivo de consumidores relatou falhas na prestação do serviço, lentidão na conexão e dificuldades para cancelamento ou alteração de plano, situações que configuram desrespeito aos princípios da boa-fé objetiva e da confiança, pilares das relações de consumo equilibradas.

Apesar dessas falhas, observou-se que boa parte dos consumidores ainda demonstram certo grau de satisfação e acredita que as empresas respeitam seus direitos. Essa contradição indica que, muitas vezes, o consumidor tende a se conformar com a má qualidade do serviço, seja pela falta de concorrência, seja pela burocracia existente nos processos de reclamação, essa passividade reforça a vulnerabilidade do consumidor, conceito amplamente abordado por Gonçalves (2024), e demonstra a necessidade de fortalecimento da atuação dos órgãos fiscalizadores e de defesa do consumidor.

Conclui-se, portanto, que embora o ordenamento jurídico brasileiro disponha de instrumentos sólidos de proteção, como o Código de Defesa do Consumidor e a Resolução nº 614/2013 da ANATEL, a efetividade dessas normas ainda é limitada, a simples existência da legislação não é suficiente para garantir a plena observância dos direitos do consumidor, sendo indispensável a adoção de políticas públicas voltadas à conscientização dos usuários, ao aprimoramento da fiscalização e à responsabilização das empresas prestadoras.

Dessa forma, o estudo reforça a importância da boa-fé, da transparência e da lealdade nas relações contratuais, bem como a necessidade de aprimorar o diálogo entre consumidores e fornecedores. A consolidação de um mercado de telecomunicações mais justo e equilibrado depende, sobretudo, da cooperação entre Estado, empresas e sociedade civil, de modo a assegurar que o acesso à internet,

serviço essencial à cidadania contemporânea, seja prestado com qualidade, respeito e observância dos direitos fundamentais do consumidor.

## REFERÊNCIAS

ANATEL, **Panorama de reclamações 2023**. Brasília, DF: Superintendência de Relações com Consumidores – SRC; Gerência de Tratamento de Solicitações de Consumidores-RCTS, abr. 2024. Disponível em: [https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md\\_pesq\\_documento\\_consulta\\_externa.php?874Kn1tDR89f1Q7RjX8EYU46IzCFD26Q9Xx5QNDbqbwSACdI3PK9ZNTHR6IPYb39bU0ldPFObhm5XmNiQGrm1ILVgJBCZ1Zg3hy8tRNfNxa1FtLx0EFW4p82DjJDFj](https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?874Kn1tDR89f1Q7RjX8EYU46IzCFD26Q9Xx5QNDbqbwSACdI3PK9ZNTHR6IPYb39bU0ldPFObhm5XmNiQGrm1ILVgJBCZ1Zg3hy8tRNfNxa1FtLx0EFW4p82DjJDFj) Acesso em: 15 maio. 2025.

ANATEL, **Resolução 614**. Disponível em: <https://informacoes.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/465-resolucao614/> Acesso em: 07 jun. 2025

BRASIL, **Código de Defesa do Consumidor 1990**. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/l8078compilado.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm) Acesso em: 07 jun. 2025.

BRASIL, **Constituição Federal 1998**, Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em: 07 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 12.965**. de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 24 abr. 2014. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm). Acesso em: 18 jun. 2025

FERRÃO, Romário Gava; FERRÃO, Liliam Maria Ventorim. **Metodologia científica para iniciantes em pesquisa**: Enfoque acadêmico com abordagem teórico-prática: guia para elaboração e divulgação de trabalhos científicos. 4. ed. rev. e atual. Vitória, ES: Incaper, 2012.

GIANCOLI, Bruno. **Curso de Direito do Consumidor**. 6. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2024. E-book. ISBN 9788553623303. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553623303/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

KHOURI, Paulo R. Roque A. **Direito do Consumidor**. 7ª Edição 2021. 7. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020. E-book. pág.49. ISBN 9788597026443. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788597026443/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. A evolução da internet: uma perspectiva histórica, **Cadernos Aslegis**, Brasília, n. 48, p. 11-38, jan./abr. 2013. Disponível em: [https://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48\\_art01\\_hist\\_internet.pdf](https://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf) Acesso em: 18 jun. 2025.

LÔBO, Paulo. **Direito Civil - Contratos**. 11. ed. Rio de Janeiro: SRV, v.3, 2024. E-book. ISBN 9788553624850. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553624850/>. Acesso em: 9 jun. 2025

MARCONI, Marina de A.; LAKATOS, Eva M. **Metodologia Científica**. 8. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2022. E-book. pág.327. ISBN 9786559770670. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559770670/>. Acesso em: 19 jun. 2025.

NERY, Daniel Christianini. **Análise comparativa das políticas públicas de conexão à internet em alta velocidade: as experiências e as soluções internacionais para um Plano Nacional de Banda Larga efetivo no Brasil**. 2022. 249 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Governança e Desenvolvimento) – Escola Nacional de Administração Pública, Brasília, 2022.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BR – NIC.br. **TIC Domicílios: pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros**: 2024. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2025. Livro eletrônico. ISBN 978-65-85417-72-3. Disponível em: [file:///C:/Users/gisla/OneDrive/%C3%81rea%20de%20Trabalho/metodologia/tic\\_domicilios\\_2024\\_livro\\_eletronico.pdf](file:///C:/Users/gisla/OneDrive/%C3%81rea%20de%20Trabalho/metodologia/tic_domicilios_2024_livro_eletronico.pdf). Acesso em: 14 maio 2025.

NUNES, Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 15ª Edição 2024. 15. ed. Rio de Janeiro: Saraiva Jur, 2024. E-book. pág.128. ISBN 9788553623372. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788553623372/>. Acesso em: 9 jun. 2025.

VENOSA, Sílvio de **Direito Civil - Contratos**. 25. Ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2025, vol.3, E-book.. ISBN 9786559776788. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9786559776788/>. Acesso em: 9 jun. 2025.

VILELA, Thiago Ribeiro Franco; SILVEIRA, Sebastião Sérgio da. O Código de Defesa do Consumidor e a sua contribuição na efetividade da tutela de interesses individuais e coletivos. **Revista Reflexão e Crítica do Direito**, v. 9, n. 2, p. 233-250, jul./dez. 2021. ISSN 2358-7008.