

CARTA FECOMÉRCIO/MT Nº 50/2026 - RENALEGIS. Cuiabá/MT, 25 de maio de 2026.

Secretaria Parlamentar da Mesa Diretora
Assembleia Legislativa do Estado de Mato Grosso - ALMT
NESTA

Assunto: Encaminhamento da Nota Técnica nº. **49/2026** que dispõe de manifestação **FAVORÁVEL** desta Entidade ao Projeto de Lei nº. **561/2026** de autoria do Dep. Elizeu Nascimento.

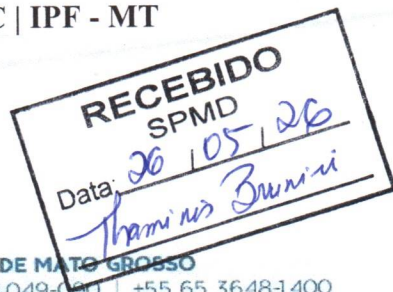
Excelentíssimos Senhores,

Ao tempo em que cumprimentamo-os pelos relevantes trabalhos realizados a frente dessa respeitável **Secretaria**, servimo-nos da presente para encaminhar a Vossas Senhorias a **Nota Técnica de nº. 49/2026** (doc. anexo), desta Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso – FECOMÉRCIO-MT, com manifestação **FAVORÁVEL** ao **Projeto de Lei nº. 561/2026**, de autoria do Deputado Elizeu Nascimento, cuja ementa “**Dispõe sobre a vedação à prorrogação e renovação automática de contratos de consumo celebrados por meio eletrônico sem notificação prévia e anuência expressa do consumidor, e estabelece medidas de proteção e sanções administrativas no âmbito do Estado de Mato Grosso.**”

Sem mais para o momento, elevamos nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente,

JOSÉ WENCESLAU DE SOUZA JÚNIOR
Presidente do Sistema Fecomércio | SESC | SENAC | IPF - MT



Dispõe sobre a vedação à prorrogação e renovação automática de contratos de consumo celebrados por meio eletrônico sem notificação prévia e anuência expressa do consumidor, e estabelece medidas de proteção e sanções administrativas no âmbito do Estado de Mato Grosso.

Objetivo da Proposição:

De autoria do Deputado Elizeu Nascimento, a proposição pretende vedar à prorrogação e renovação automática de contratos de consumo celebrados por meio eletrônico sem notificação prévia e anuência expressa do consumidor, e estabelece medidas de proteção e sanções administrativa no Estado de Mato Grosso.

Posição da FECOMÉRCIO/MT: FAVORÁVEL

A proposição busca assegurar maior transparência nas relações digitais, reforçando direitos já consagrados no ordenamento jurídico brasileiro. Do ponto de vista jurídico, a matéria encontra respaldo direto no **Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990)**. O **artigo 6º, inciso III**, estabelece como direito básico do consumidor a informação adequada e clara sobre produtos e serviços, vejamos:

Art. 6º São direitos básicos do consumidor:

III - a informação adequada e clara sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade, tributos incidentes e

preço, bem como sobre os riscos que apresentem; (Redação dada pela Lei nº 12.741, de 2012) Vigência

O artigo 31 reforça que toda oferta deve assegurar informações corretas, claras e precisas, veja-se:

Art. 31. A oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores.

Já no artigo 39 veda práticas abusivas, conforme dispõe:

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (Redação dada pela Lei nº 8.884, de 11.6.1994)

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

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;

O artigo 46 do mesmo *Códex*, dispõe que cláusulas contratuais só obrigam o consumidor se previamente lhe for dada a oportunidade de tomar conhecimento de seu conteúdo, vejamos:

Art. 46. Os contratos que regulam as relações de consumo não obrigarão os consumidores, se não lhes for dada a oportunidade de tomar conhecimento prévio de seu conteúdo, ou se os respectivos instrumentos forem redigidos de modo a dificultar a compreensão de seu sentido e alcance.

Já o artigo 54 trata dos contratos de adesão, exigindo que sejam redigidos de forma clara e com destaque para cláusulas que limitem direitos, veja-se:

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.

§ 4º As cláusulas que implicarem limitação de direito do consumidor deverão ser redigidas com destaque, permitindo sua imediata e fácil compreensão.

Nesse sentido, observa-se que o projeto de lei não apresenta inovação jurídica substancial, uma vez que a matéria já se encontra respaldada pelo Código de Defesa do Consumidor. A exigência de notificação prévia e anuência expressa para renovação de contratos digitais é a concretização prática de direitos já previstos, especialmente no que se refere à transparência e à proteção contra práticas abusivas.

Ainda assim, a iniciativa é relevante e meritória, pois reforça a aplicação desses dispositivos em um contexto atual e sensível: os contratos digitais celebrados por meio de

plataformas de streaming, aplicativos e serviços de assinatura. A realidade demonstra que muitos consumidores são surpreendidos por renovações automáticas não desejadas, baseadas em seu silêncio ou inércia, o que gera cobranças indevidas e litígios. O projeto, ao vedar tais práticas, contribui para a efetividade da proteção ao consumidor e para a redução de conflitos judiciais.

Do ponto de vista econômico, a medida não compromete a livre iniciativa, pois não impede a oferta de serviços digitais nem a celebração de contratos de adesão. Apenas exige que a renovação seja transparente e consentida, o que fortalece a confiança do consumidor e contribui para a fidelização de clientes.

Conclusão:

Por fim, ressalta-se que, embora a matéria já esteja respaldada pelo CDC e não represente inovação jurídica, **a Fecomércio/MT não se opõe à aprovação do projeto**, reconhecendo que sua positivação em âmbito estadual pode contribuir para a conscientização dos consumidores e para a uniformização de práticas empresariais. Trata-se de iniciativa que, mesmo sem inovação normativa, reforça direitos já existentes e promove maior equilíbrio nas relações de consumo digitais.

Atenciosamente,

JOSÉ WENCESLAU DE SOUZA JÚNIOR

Presidente do Sistema Fecomércio | SESC | SENAC | IPF – MT

LEOVALDO ALVES DE CASTRO JUNIOR

Assessor Legislativo da Fecomércio Mato Grosso