

## Código de Conduta para a Comunicação da Oferta de Internet Móvel

**Algar Celular S.A.**, inscrita no CNPJ sob o nº 05.835.916/0001-85, com sede na Rua José Alves Garcia, 415 – Parte, Uberlândia-MG (**Algar**), **Claro S.A.**, inscrita no CNPJ sob o nº 40.432.544/0001-47, com sede na Rua Florida, 1.970, cidade Monções, São Paulo-SP (**Claro**), **Oi Móvel S.A.**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 05.423.963/0001-11, com sede no Setor Comercial Norte, Quadra 03, Bloco A, Edifício Estação Telefônica, Térreo, Parte 02, Brasília-DF, (**Oi**), **Sercomtel S.A.** - Telecomunicações, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 01.371.416/0001-89, com sede na Rua Professor João Candido, nº 555, Londrina-PR, (**Sercomtel**), **Telefônica Brasil S/A**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 02.558.157/0001-62, com sede na Av. Engenheiro Luiz Carlos Berrini, 1.376, cidade Monções, São Paulo-SP, (**Vivo**) e **TIM Celular S.A.**, inscrita no CNPJ sob o nº 04.206.050/0001-80, com sede na Avenida Giovanni Gronchi, nº 7.143, São Paulo-SP (**TIM**), doravante denominadas simplesmente EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÕES, firmaram, em 23 de abril de 2015, COMPROMISSO PÚBLICO, no qual se comprometeram a elaborar um CÓDIGO DE CONDUTA PARA A COMUNICAÇÃO DA OFERTA DE INTERNET MÓVEL.

O CÓDIGO DE CONDUTA PARA A COMUNICAÇÃO DA OFERTA DE INTERNET MÓVEL, doravante denominado simplesmente CÓDIGO DE CONDUTA, tem o objetivo de traçar diretrizes a serem observadas pelas Empresas de Telecomunicações para a melhoria da comunicação com seus clientes.

Este CÓDIGO DE CONDUTA possuirá mecanismo independente de controle de seu cumprimento.

### I - RECOMENDAÇÕES

As EMPRESAS DE TELECOMUNICAÇÕES tornam públicas, para fins da comunicação da oferta de internet móvel, as recomendações que passam a ser observadas:

1. **Promover** e/ou apoiar ações contínuas de informação e educação do consumidor sobre o funcionamento da internet móvel e condutas sobre a sua fruição, com dicas simples para aprimoramento da experiência de navegação móvel do consumidor, independente do perfil de consumo de cada consumidor, nos termos do Plano de Ação Setorial descrito no COMPROMISSO PÚBLICO.
2. **Informar** ativamente aos consumidores sobre os limites à fruição da internet móvel, quais as suas condições, ofertando ao consumidor a possibilidade de realizar simulações de consumo e acompanhar a utilização de sua franquia.
3. **Incrementar** o nível das informações apresentadas na comunicação das ofertas de internet móvel a respeito das características desse serviço, em linguagem clara e acessível para o consumidor, indicando: a) como o serviço funciona, b) quais os seus preceitos, suas limitações, explicitando as formas de cobrança; c) os limites de uso da franquia de internet móvel prestado, e d) esclarecimentos sobre o mecanismo de funcionamento de aplicativos no que tange à forma de consumo de dados e o volume de dados consumidos em média, por tipo de acesso (e-mails, vídeos, fotos, áudio).

4. **Explicitar** nas comunicações das ofertas de internet móvel ainda mais as condições específicas da oferta/promoção e seus benefícios, o prazo de vigência da oferta/promoção, elegibilidade, preços aplicáveis e regras de reajuste do serviço de internet móvel. Nestas condições serão incluídos fatores que determinam a fruição da oferta/promoção, tais como: a) abrangência (onde o serviço é ofertado); b) onde encontrar o mapa de cobertura da prestadora; c) restrições à utilização do serviço de internet móvel; d) limites de franquia e condições aplicáveis após a sua utilização; e) taxas de transmissão nas conexões de dados, nos termos da regulamentação vigente, incluindo, sem a tanto se limitar, as velocidades de referência para baixar arquivos da internet (*download*) e para enviar arquivos para internet (*upload*), de acordo com a tecnologia utilizada; f) consumo do volume médio de dados em mídias sociais, provedores de vídeo e/ou e-mails; g) possibilidades de a prestadora alterar sua grade de produtos e substituir o pacote contratado por outro equivalente; etc.

5. **Levar em consideração** as peculiaridades, ressalvadas as limitações e diferentes tipos de meios de veiculação para a comunicação de ofertas/promoções de internet móvel (rádio, TV, web, lojas e locais de atendimento de agentes autorizados, impressos, *contact centers* ou SMS) e informar, diante de tal premissa, claramente ao consumidor em todas as mídias onde a oferta/promoção for veiculada em qual(is) meio(s)/canal(is) a oferta/promoção pode ser consultada de forma completa, com linguagem atualizada, simples e acessível, por meio de mensagem similar a: “consulte regulamento e mais informações dessa oferta/promoção no <adicionar canal .....>”.

6. **Garantir** que a comunicação que contemple diferentes ofertas, com distintas condições e limitações, esteja clara e objetiva quanto às informações sobre cada uma das ofertas e o(s) canal(is) onde o consumidor poderá consultar os detalhes de cada uma das promoções.

7. **Refletir** integralmente o presente CÓDIGO DE CONDUTA nas ações de orientação e informação voltados à venda e ao atendimento ao consumidor da prestadora dos serviços de internet móvel, de forma a oferecer ao consumidor orientação na escolha da oferta de internet móvel mais adequada para seu perfil de uso – pessoal e/ou profissional - e sua disponibilidade de compra.

8. **Estabelecer** mecanismo independente de controle para o cumprimento deste CÓDIGO DE CONDUTA. Esse controle poderá passar a integrar os processos regulares de certificações internas das prestadoras (conformidade e não conformidade e respectivos planos de ação), por meio da atuação de Conselho, conforme descrito no item II – DO CONSELHO, a seguir.

## II – DO CONSELHO

9. Fica prevista a instituição de um Conselho, com as seguintes características:

- a. O Conselho deverá ser composto por membros titulares de notório saber técnico e reputação ilibada, indicados pelos públicos diretamente afetados pelo CÓDIGO DE CONDUTA, todos com mandato de 2(dois) anos, não coincidente, renovável uma única vez por igual período, à razão de: 75% (setenta e cinco por cento) de representantes indicados pelas Operadoras de Telecomunicações signatárias deste CÓDIGO DE CONDUTA e 25% (vinte e cinco por cento) de representantes da sociedade civil. Cada membro titular do Conselho terá um suplente, também com mandato fixo de 02 (dois) anos, nas mesmas condições aplicáveis aos membros titulares;

b. Na composição do Conselho, deverá ser assegurado que, dentre os representantes das Operadoras de Telecomunicações signatárias deste CÓDIGO DE CONDUTA, seja franqueada a participação de pelo menos 1 (um) representante de prestadora de pequeno porte, desde que signatária do presente CÓDIGO DE CONDUTA, aqui definida como a prestadora de serviço de telecomunicações de interesse coletivo que tenha até 50.000 (cinquenta mil) acessos em Serviço Móvel Pessoal. O Conselho terá, dentre outras obrigações, a atribuição de aprovar seu Regimento Interno, que deverá dispor sobre: número de Conselheiros; substituição dos representantes em caso de vacância; quórum mínimo de instalação das reuniões; procedimentos de convocação; peso e proporcionalidade dos votos dos Conselheiros indicados pelas Operadoras de Telecomunicações e dos indicados pela sociedade civil nas decisões; representação perante a sociedade; procedimentos operacionais e administrativos, e outros que se fizerem necessários para o fiel cumprimento dos objetivos do presente CÓDIGO DE CONDUTA.

d. O Regimento Interno do Conselho deverá ser elaborado e aprovado pelos membros do Conselho em até 90 (noventa) dias após sua instalação.

e. O Conselho será extinto na hipótese presente CÓDIGO DE CONDUTA passar a ser inserido nos processos de análise de um mecanismo independente de autorregulação publicitária, ao qual as Operadoras de Telecomunicações signatárias venham a aderir, nos seus termos, que prevalecerão sobre as condições ora estabelecidas no presente instrumento.

10. Ao Conselho competirá:

a) apreciar, julgar e fazer cumprir as denúncias de infrações aos dispositivos deste CÓDIGO DE CONDUTA;

b) resolver questões omissas quanto à apuração e sanção de infratores, como também quanto às regras do presente CÓDIGO DE CONDUTA;

c) alterar as disposições deste CÓDIGO DE CONDUTA, bem como alterar, suprimir e acrescentar-lhe anexos; e

e) O Conselho será instalado em até 120 (cento e vinte) dias após a celebração do CÓDIGO DE CONDUTA, cuja primeira reunião será realizada nas instalações de quaisquer das entidades signatárias, mediante inequívoca convocação de todos os membros com antecedência de 30 (trinta) dias. O regulamento para o estabelecimento do Conselho será divulgado no momento da convocação da primeira reunião, e seguirá as melhores práticas atinentes ao estabelecimento de Conselhos como, por exemplo, as do Conselho de Usuários da Anatel.

### III – DAS INFRAÇÕES ÀS CONDUTAS DESCONFORMES COM ESTE CÓDIGO

11. Os infratores das regras estabelecidas no presente CÓDIGO DE CONDUTA estarão sujeitos às seguintes ações do Conselho:

a) advertência;

b) recomendação de alteração da conduta reprovada

- c) divulgação da posição do Conselho, para o caso do não acatamento das medidas e providências preconizadas.

#### IV – PRAZO DE VIGÊNCIA

12. Por fim, os efeitos do presente CÓDIGO DE CONDUTA vigorarão por prazo indeterminado, ou até eventual surgimento de legislação, regulamentação ou compromisso com disposições contrárias ao COMPROMISSO PÚBLICO.