

Operadoras de telefonia no Brasil e a caminhada na contramão da excelência em serviços¹

Gustavo Henrique DEL VECHIO²
Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

A Internet faz parte do cotidiano de milhares de brasileiros. Eles a usam para diferentes finalidades, como acessar informações, se comunicar, assistir vídeos, ouvir músicas, trabalhar com aplicativos e serviços em nuvem e até jogar. O Brasil, embora seja um dos países com mais usuários conectados no mundo, permanece longe de ter uma velocidade de conexão digna dessa quantidade enorme de pessoas que acessam a Internet. Esse artigo reúne informações de várias fontes, como pesquisas da Anatel, do IBGE e da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, para apontar que as operadoras de telefonia e provedoras de Internet do país estão longe de serem consideradas um exemplo na prestação de serviços. Ao contrário, o que se percebe é uma péssima reputação e pouca intencionalidade, por parte dessas operadoras, em reverter a imagem negativa.

PALAVRAS-CHAVE: marca; reputação; Internet; operadoras; limite de dados.

INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas, a humanidade passou por uma revolução comunicacional e de acesso à informação. Termos como *sociedade pós-industrial*, *sociedade da informação*, *sociedade do conhecimento*, *aldeia global* ou *era tecnológica* procuram descrever a influência da tecnologia digital na vida cotidiana. Independente das significações, o fato é que tal revolução permitiu às pessoas receberem informação da mídia eletrônica, mas também usá-la para se comunicar. Como argumenta Di Felice (2008, p.23), esse processo comunicacional bidirecional representa uma mudança que não pode mais ser representado por paradigmas comunicativos tradicionais, como propostos em décadas anteriores por Shannon-Weaver, Katz-Lazarsfeld ou Eco-Fabbri.

Friedman (2014, p.56-57) lembra que o primeiro computador pessoal foi lançado pela IBM em 1981, mas foi apenas em 1990, com o sistema operacional Windows 3.0, que eles ficaram mais amigáveis e fáceis de usar. O surgimento do Windows popularizou o computador pessoal (PC) e possibilitou a milhões de indivíduos serem autores de seus próprios conteúdos digitais, sobretudo textos. Tais conteúdos, entretanto, não poderiam

¹ Trabalho apresentado no GP Mídia, Cultura e Tecnologias Digitais na América Latina do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. E-mail: gustavodelvechio@gmail.com.

ficar restritos apenas aos seus criadores; era preciso encontrar uma maneira simples e barata de compartilhá-los. Logo, não demorou muito até surgir, por volta de 1995, a Internet e a *World Wide Web*, dando origem à revolução tecnológica. De tão importante, Toffler (2014, p.26) caracteriza a *revolução da informação* como a *terceira onda* de mudança social, econômica e política da história da humanidade.³

A evolução da Internet e da velocidade de conexão

Na década de 1990, o acesso à Internet estava baseado em *conexão discada*. O tráfego de dados era mais lento e limitava o acesso e o compartilhamento de qualquer conteúdo multimídia, como aplicativos, áudios, imagens e vídeos. Nessa época – classificada por O'Reilly (2005) como *Web 1.0* – os sites criados pelas organizações, setores governamentais, militares e universidades eram meramente estáticos e não ofereciam muitas possibilidades de interação por parte dos que os acessavam.

O'Reilly (2005) argumenta que o início da década de 2000 representou uma virada evolucionar – dando início à *Web 2.0* – pois a popularização da *conexão de banda larga* e o surgimento de milhares de novos sites fizeram da Internet e da *World Wide Web* um ambiente mais participativo, em que os usuários puderam interagir, estabelecer comunicações e compartilhar muito mais conteúdos e informações.

Além do significativo número de novos sites e o aumento na velocidade de conexão, a passagem da *Web 1.0* para a *Web 2.0* apresenta uma característica particularmente interessante: na *Web 1.0*, a conexão estava fundamentalmente alicerçada em dispositivos fixos, como computadores instalados em espaços fechados de escritórios e residências. Para Schmidt (2011, p.102), mesmo os *laptops*, ainda que pudessem ser deslocados para outros ambientes, não representavam mudanças significativas no processo de conexão e no relacionamento que se articulava em rede.

A partir da *Web 2.0*, a complexidade de relações entre pessoas e empresas foi ampliada e proporcionou um ambiente propício para o surgimento dos *blogs*, de sites de entretenimento e de mídias sociais como o Youtube, o Facebook e o Twitter. Como explica Schmidt (2011, p.103), o aspecto mais importante da mudança foi justamente a introdução da tecnologia digital em aparelhos celulares:

³ Toffler (2014) avalia que a *primeira onda* de mudanças foi marcada pela Revolução Agrícola, enquanto a *segunda onda* ganhou impulso a partir da Revolução Industrial.

A conexão por celular provocou mudanças nas interações sociais, profissionais e comerciais, pois estabelece convivência e relacionamento virtual entre pessoas e entre empresas e espaços de compra. Os aparelhos portáteis não dependem mais, como os PCs, de conexão fixa e espaço fechado. Eles estão constantemente conectados em espaços abertos e ficam em sinergia com ambientes virtuais a qualquer momento, em qualquer lugar (SCHMIDT, 2011, p.103).

Os dispositivos móveis, como celulares e *tablets*, fazem parte do cotidiano de milhões de pessoas. Em residências, bares e restaurantes, academias, escolas, estações, lojas de comércio, escritórios e salas de espera, é fácil encontrar pessoas conectadas e que passam um longo tempo concentrados nesses dispositivos. Apenas para se ter uma ideia, um estudo do International Data Corporation (SMARTPHONE..., s.d.) revelou que só no segundo trimestre de 2015, mais de 341 milhões de celulares foram fornecidos ao mundo por diferentes fabricantes, sendo da Samsung e da Apple a liderança em vendas. Nesse mesmo período, a *International Telecommunication Union* (ITU, 2015, p.2), já havia previsto que até o final de 2015, o número de linhas celulares no mundo ultrapassaria 7 bilhões, o que é quase 97% mais do que os 738 milhões de linhas registradas no ano de 2000.

No Brasil, a Internet já é o terceiro meio de comunicação preferido para se obter informação e se entreter. De acordo com a edição 2015 da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2014, p.7),⁴ quase metade dos entrevistados (48%) a acessam, sendo que 37% deles a usam todos os dias (em 2014, eram 26%). O tempo médio de conexão em 2015 foi de 4h59 por dia durante a semana e 4h24 aos finais de semana; em 2014, foram 3h39 e 3h43, respectivamente.

Em concordância à tendência de se conectar cada vez mais por meio de dispositivos móveis, a edição 2015 da Pesquisa Brasileira de Mídia (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2014, p.50) revela que a maioria dos entrevistados (71%) o fazem por meio de computadores, no entanto, o uso de celulares coloca-se muito próximo desse percentual, já atingindo 66% (aqueles que o fazem por meio de *tablets* representam 7%). Na edição 2014 da mesma pesquisa, os resultados eram de 84% para o acesso via computador e 40% via celular. Logo, em apenas um ano, o acesso via computador caiu 13% enquanto o acesso via celular aumentou 26%.

Embora a edição 2016 da Pesquisa Brasileira de Mídia não tenha sido lançada até o momento que esse artigo é escrito, informações do IBGE (2016, p.40) revelam que o acesso

⁴ A Pesquisa Brasileira de Mídia é um encomendada anualmente pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República ao Instituto IBOPE Inteligência. Tal levantamento tem por objetivo identificar os hábitos de consumo de mídia de população brasileira.

à Internet por celulares ultrapassa o acesso por computadores. Tal constatação é baseada na Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), cujos dados foram coletados ainda em 2014: o acesso via computadores totalizou 76,6% dos entrevistados, enquanto o acesso via celular alcançou 80,4%. De fato, algo que não pode ser esquecido é que muitos usuários acessam a Internet tanto via celulares e *tablets* quanto computadores, alternando entre eles sempre que desejado ou necessário.

A Pesquisa Brasileira de Mídia entrevistou cerca de 18 mil brasileiros enquanto a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) entrevistou mais de 362 mil brasileiros. Essa diferença de amostragem, além de outras diferenças metodológicas, justificam o fato desses estudos apresentarem resultados percentuais um pouco maiores ou menores em cada assunto avaliado. Contudo, ambos convergem e deixam claro que o uso de dispositivos móveis é cada vez mais frequente entre os brasileiros, seja para se conectar à Internet e se entreter, seja para obter informações ou se comunicar.

Internet e operadoras de celulares no Brasil

O que se pode verificar nitidamente é que o mercado de celulares e dispositivos móveis no Brasil possui um grande contingente de consumidores. Evidentemente, a concorrência entre os fabricantes de celulares e *tablets* é muita acirrada, já que há uma enorme variedade de modelos disponíveis e que são muito parecidos tanto em tecnologias oferecidas como em preços. A Apple e a Samsung, por exemplo, apresentam novidades todos os anos com relação a novos aparelhos, procurando inovar, obter novos consumidores ou satisfazer os desejos dos consumidores atuais.

Mas, se por um lado os fabricantes de celulares parecem constantemente apresentar novidades tecnológicas que agregam vantagens na experiência de uso do consumidor, por outro lado as operadoras de telefonia e provedoras de Internet não parecem se preocupar tanto assim com os anseios dos seus clientes. Essa é uma constatação apoiada em vários argumentos, os quais são apresentados a seguir.

Primeiramente, pode-se analisar a velocidade média de conexão no Brasil em comparação a outros países. Para isso, o estudo *The State of Internet*, publicado a cada quatro meses pela empresa Akamai, é uma ótima fonte de consulta: seus resultados são baseados em cerca de 1 bilhão de usuários (tecnicamente 800 milhões de endereços IPv4 únicos) que fazem mais de 2 trilhões de requisições diárias de conteúdos nos servidores da empresa – por exemplo, acessos a sites (AKAMAI, 2015, p.5).

O Interessante é que o Brasil é o terceiro país, dentre os 242 incluídos na análise, com mais usuários conectados à rede; são aproximadamente 47 milhões de endereços IPv4 únicos, perdendo apenas para os Estados Unidos, com cerca de 147 milhões, e a China, com cerca de 126 milhões (AKAMAI, 2015, p.6). No entanto, mesmo com essa enorme quantidade de usuários, o país figura a 96ª posição no ranking global de velocidade de conexão,⁵ registrando uma velocidade média de apenas 3.6 *megabits por segundo (Mbps)*. Para se ter uma ideia, Singapura é a primeira da lista e tem uma média de 135.4 *Mbps*; Hong Kong está em segundo com 101.1 *Mbps* e a Coreia do Sul está em terceiro com 86.6 *Mbps*. A média mundial é de 32.2 *Mbps* (AKAMAI, 2015, p.26), o que significa que o Brasil tem uma conexão quase 10 vezes mais lenta do que a média mundial.

Para complicar ainda mais, as operadoras de telefonia e provedoras de Internet que atuam no Brasil muitas vezes não entregam a quantidade prometida pelos planos de dados que são contratados pelos consumidores (ou seja, contrata-se uma conexão, por exemplo, de 2 *Mbps*, mas o provedor entrega metade disso). O relatório mais recente sobre a qualidade da banda larga feita pela Agência Nacional de Telecomunicações é de junho de 2015. Tal análise é feita por estado e nela observa-se que algumas operadoras ficam aquém de entregar o mínimo da velocidade exigida por lei, que é 40% da velocidade contratada (ANATEL, 2015). Ou seja, além do Brasil estar bem abaixo da média mundial, as operadoras, como Algar Telecom, Claro, OI, TIM, NET, Nextel e Vivo muitas vezes nem entregam uma velocidade mínima que é exigida pela regulamentação nacional.

Na chamada Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebidas, realizada pela Anatel, mais de 150 mil brasileiros opinaram entre a nota de 0 (totalmente insatisfeito) a nota 10 (totalmente satisfeito) sobre os serviços de telefonia no país. Como resultado (ANATEL, 2016, p.6), a telefonia fixa obteve nota média de 6,97, os serviços de celular pós-pago obtiveram nota média de 6,72, os serviços de celular pré-pago obtiveram nota de 6,62 e a banda larga fixa obteve nota de 6,58. O resultado foi ainda pior quando a pesquisa contestou aos entrevistados sobre a capacidade de resolução de problemas por parte das operadoras: a nota média foi de apenas 4.8.

O Reclame Aqui⁶ é um site que permite aos usuários tecerem comentários sobre experiências negativas que tiveram com as empresas, por exemplo, má prestação de

⁵ As análises da Akamai relacionadas à velocidade de conexão de Internet consideram apenas os 108 países que possuem mais de 25 mil endereços IPv4 cadastrados. Logo, se o Brasil ocupa a 96ª posição, ele é quase um dos últimos da lista.

⁶ De acordo com o Reclame Aqui (Sobre..., 2016), há mais de 15 milhões de consumidores cadastrados e cerca de 120 mil empresas que respondem a reclamações nesse site.

serviços. Na página de rankings mantido por esse site (www.reclameaqui.com.br/ranking), pode-se verificar quais empresas apresentam maior índice de solução de problemas, bem como as que receberam mais reclamações nos últimos meses.

- No tempo em que esse artigo foi escrito (abril de 2016), o ranking das *piores empresas* avaliada nos últimos 30 dias foram: Vivo, Sky, Oi, Tim, Claro, Samsung, Correios, Sony, Nextel e GVT (apenas citando as 10 primeiras).
- As que tiveram mais reclamações nos últimos 30 dias foram: NET, Vivo, Sky, Oi, Tim, Claro, Netshoes, Samsung, Motorola e Extra.
- As que tiveram mais reclamações nos últimos 12 meses foram: NET, Vivo, Sky, Oi, Claro, Tim, Extra, Casas Bahia, Motorola e Samsung.

Já no ranking das 50 empresas mais reclamadas no Procon de São Paulo em 2015 figuram as seguintes empresas (citando as 10 primeiras): (1) Grupo Claro/Net/Embratel (América Móvil); (2) Grupo Vivo/Telefônica; (3) Sky; (4) Tim; (5) Grupo Pão de Açúcar/Extra/Ponto Frio/Casas Bahia; (6) Grupo Itaú/Unibanco; (7) Caixa Econômica Federal; (8) Grupo Unimed; (9) Grupo Oi; (10) Grupo Bradesco. Para se ter uma ideia, o Procon (2016, p.2) recebeu 5.883 reclamações sobre o Grupo Claro/Net/Embratel (primeira do ranking), sendo que 1.350 (22,95%) não foram atendidas; o Grupo Vivo/Telefônica (segunda do ranking) teve 3.901 reclamações e deixou de atender 1.200 (30,76%). Vieira (2016) menciona que há quinze anos a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) têm multado as empresas de telefonia e banda larga por não atenderem bem os consumidores, sendo que os valores dessas multas já atingem 5 bilhões de reais, embora apenas cerca de 700 milhões foram arrecadados até agora.

A pesquisa de satisfação da Anatel, os rankings do popular site Reclame Aqui e a relação das empresas mais reclamadas no Procon de São Paulo demonstram a insatisfação por parte de milhares de consumidores, que avaliam as empresas de telefonia como as piores do país. Como esses rankings são baseados em opiniões ou reclamações de usuários insatisfeitos, isso representa um enorme problema de imagem de marca para tais operadoras, afinal, como afirma Calkins (2006, p.2), geralmente a questão não é qual produto ou serviço é melhor, mas sim, qual as pessoas acham que é melhor. Se o que importa são as percepções, estas definitivamente não são favoráveis às operadoras.

Kotler e Keller (2012, p.388), ao avaliarem a importância do relacionamento e da opinião dos clientes, argumentam que os profissionais de marketing devem reconhecer as

novas realidades do setor de serviços, tais como a importância do poder do cliente, a coprodução com o cliente e a necessidade de envolvê-los. Para esses autores, a Internet concebeu poder para o cliente desabafar sua raiva por um mau serviço, assim como elogiar e enviar comentários a todo mundo com um simples clique do *mouse*. Embora uma pessoa que tenha uma boa experiência possa comentar sobre o serviço, aquelas com experiências ruins falarão muito mais. Logo, considerando que as recomendações de outros, sobretudo de amigos e parentes, exercem uma enorme influência sobre a opinião e sobre novas compras por parte dos consumidores, as operadoras de telefonia e provedoras de Internet tendem a ser vistas cada vez mais com negatividade. Quanto mais intenso o negativismo de outros clientes e quanto mais próximos eles forem do consumidor, mais este é influenciado.

Na opinião de Kotler e Keller (2012, p.392), as maiores empresas de serviços são obcecadas por seus clientes, sabem muito bem quem eles são e quais são suas necessidades, desenvolvendo assim estratégias distintas para satisfazê-los. Contudo, reconhecer a necessidade dos clientes e do macroambiente de negócio parecem não ser tão importantes para algumas das maiores operadoras de telefonia do país.

A Internet móvel, isto é, o serviço de conexão oferecido pelas operadoras em dispositivos móveis como celulares e *tablets*, por meio de chamados *pacotes de dados*, possui um limite de dados diário, que representa a quantidade de informações ou conteúdo que pode ser acessado diariamente, semanalmente ou mensalmente (dependendo do plano contratado). Em outras palavras, cada vez que se acessa um *site* pela rede da operadora, as imagens e informações carregadas contam como dados baixados; o mesmo vale para vídeos e áudios transmitidos, bem como conversas realizadas em aplicativos como o *WhatsApp* ou o *Facebook Messenger*. Por exemplo, se um usuário contrata um plano diário de 10 *Mb* e acessa muitas informações a ponto de exceder esse total, a operadora pode cortar o acesso à Internet ou reduzir a velocidade naquele dia/semana/mês, cabendo ao usuário pagar para retornar à velocidade normal ou ter a Internet de volta (renovar o limite de dados). A Anatel obriga as operadoras a enviarem notificações aos consumidores quando o limite de seu pacote de dados estiver próximo de ser atingido, para que eles possam controlar o acesso.

Embora operar a partir de pacotes de dados, limitando o uso da Internet caso o usuário exceda o limite do plano, seja uma regra de negócio comum e bem conhecida em serviços de Internet via rede móvel, tal prática não é tão comum quando se trata da Internet fixa, isto é, do acesso por rede doméstica ou empresarial, via cabo ou *wireless* (sem fio). De fato, uma matéria no portal G1 (FRANQUIA..., 2016) lembra que tal prática já é usada, pelo

menos desde 2004, em alguns planos do Grupo Telecom Americas (Claro, NET e Embratel): ao atingir o limite determinado por esses planos, há uma redução na velocidade de navegação, mas nunca o corte de acesso.

Contudo, o anúncio por parte da operadora Vivo (fevereiro de 2016) em adotar o modelo de pacotes de dados na Internet fixa gerou muita revolta em milhares de brasileiros. O contrato de serviços da operadora para novos clientes estabelece, na cláusula 27.13, o bloqueio da Internet caso se atinja o limite do pacote de dados:

Cada Plano de Serviço disponibiliza uma quantidade mensal de Megabytes (MB) para transferência de dados. Após atingir o limite mensal de transferência de dados contratados, ou seja, após o consumo total da franquia de dados, **o acesso à internet será bloqueado**. Consulte as condições de uso, contratação, restrições de velocidades e demais informações no Plano de Serviço e Regulamento do Vivo Internet Fixa em www.vivo.com.br (VIVO, 2016, p.24, grifo meu).

No Facebook, a página chamada *Movimento Internet Sem Limites*, na data em que esse artigo é escrito, já possui mais de 470 mil seguidores. De acordo com uma matéria no portal G1 (FRANQUIA..., 2016), nem todas as operadoras do país pretendem aderir ao uso de franquia de dados na Internet fixa, no entanto essas são as operadoras com menos penetração no mercado nacional. O Grupo Telecom Americas (NET/Claro/Embratel), a Vivo e a Oi, que juntas atendem 85,5% dos clientes com banda larga fixa no país, são as que já operam ou desejam operar nesse modelo, obviamente cada qual com suas condições; de acordo com a mesma matéria no G1, a Vivo, por exemplo, pretende implementar tal modelo a novos contratos de planos *ADLS*, bloqueando a Internet caso se atinja o limite de dados, enquanto o Grupo Telecom Americas, que já pratica essa estratégia há alguns anos, pretende apenas reduzir a velocidade de conexão ao atingir o limite dos dados.

Para se ter uma noção do impacto que a aplicação de pacotes de dados na Internet fixa representa, basta avaliar novamente alguns dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2016, p.42), que revela que dos mais de 36 milhões de domicílios com acesso à Internet, apenas 0,8% ainda se conectam por conexão discada; os outros 99,2% da população possuem conexão de banda larga. Já a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015 (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2014, p.7) esclarece que o tempo médio de conexão dos usuários é de pouco mais de 4h por dia; claro que os resultados variam muito de acordo com fatores como faixa etária, grau de escolaridade e localização, no entanto, se tal média fosse considerada apenas para um cálculo simples, poderia se chegar à

conclusão de que, em média, um usuário de Internet no Brasil permanece conectado à rede pelo menos 120 horas ao mês. Se ele costuma jogar ou usar o Facebook por um longo período (por exemplo, vendo fotos e vídeos), assiste muitos vídeos no Youtube, filmes e séries no Netflix (sobretudo em alta definição), baixa aplicativos, músicas ou outros conteúdos, não demoraria muitos dias até a Internet ser cortada ou reduzida em termos de velocidade de navegação por conta do alcance do limite de dados.

Para exemplificar, a página do Centro de ajuda do Netflix (COMO...2016) informa que um vídeo assistido em definição média pode consumir até 0.7 GB por hora, enquanto um vídeo em alta definição consome até 3GB por hora se transmitido em HD ou 7 GB por hora se transmitido em Ultra HD. Considerando que a Vivo pretende oferecer planos que variam de 10 GB a 130 GB mensais, um usuário com o menor plano (10 GB) terá atingido o limite da franquia assistindo 14 horas de vídeos de média definição (vale lembrar que o brasileiro passa, em média, 120 horas ao mês conectado). Se esse cálculo levar em consideração que o usuário também navega em muitos outros sites da Internet, ouve música e joga on-line, baixa aplicativos, conversa pelo *Facebook Messenger*, recebe dados de Internet em seu computador e também em seu celular simultaneamente ou compartilha a mesma conexão com mais pessoas, ele pode facilmente atingir o limite da franquia em muito menos tempo.

O superintendente de Competição da Anatel, Carlos Baigorri, em entrevista a Grossmann (2016), afirma que o uso dos pacotes de dados na Internet fixa é uma prática tanto esperada como positiva, já que os pacotes variam e podem ser escolhidos de acordo com as necessidades de cada consumidor. Essa, entretanto, não é uma visão compartilhada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC..., 2016), que argumenta que a imposição de limite de dados na Internet fixa tem a intenção de reduzir o uso de serviços de *streaming* por parte dos usuários, como por exemplo assistir vídeos on-line ou jogar, pois essas práticas consomem muitos dados. Em favor das manifestações de milhares de brasileiros, o Idec entrou, em 14 de abril, com uma Ação Civil Pública contra os maiores provedores de internet do Brasil, a fim de barrar a fixação de limite de tráfego de dados nos serviços de banda larga fixa:

Na ação, o Idec argumenta que a imposição de franquia de dados na banda larga fixa viola o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e a Lei de Crimes Econômicos (Lei nº 12.529/2011). “Considerando que essas empresas detêm quase 90% do mercado brasileiro, elas abusam de seu poder econômico ao tentar aumentar seus lucros ilegalmente”, explica o advogado e pesquisador do Idec Rafael Zanatta. “Além disso, pelo CDC, as cláusulas contratuais que limitem a velocidade ou bloqueiam a internet

dos consumidores os coloca em desvantagem excessiva, o que é ilícito”. O Idec também sustenta que o Marco Civil da Internet – a lei que define os direitos para uso da internet no Brasil, criada há dois anos – proíbe provedores de desconectar seus clientes uma vez alcançado o limite de tráfego. De acordo com Zanatta, os provedores de conexão à internet não têm qualquer argumento técnico para justificar a fixação de limites de dados. “O argumento de escassez de infraestrutura para atender a demanda de dados dito pelas empresas é falacioso, tanto que elas não responderam ao Ministério da Justiça após serem notificadas a apresentar os motivos para mudar os contratos. Está claro que a medida é apenas por lucro, e isso vai contra nossas leis” (IDEC..., 2016).

O Idec também lançou uma campanha chamada *Internet Livre* para reunir informações sobre o tema e ajudar os consumidores a se mobilizarem contra a limitação da banda larga, ampliando as discussões sobre efeitos sociais e econômicos negativos provocados por esses limites. De acordo com o Idec, mais de 1 milhão de internautas já assinaram a petição on-line contra os limites de tráfego de dados.

No dia 18 de abril, a Superintendência de Relações com Consumidores proibiu preventivamente a limitação da Internet fixa. Em 22 de abril, a Anatel comunicou que seu conselho diretor decidiu acatar as manifestações recebidas e examinar, por prazo indeterminado, a proposta de limitação da Internet fixa. Segundo essa Agência (ANATEL..., 2016), até a conclusão do processo, as operadoras estão proibidas de reduzir a velocidade ou bloquear a conexão (cobrando taxas para desbloqueio), mesmo que tais ações estejam previstas no contrato de adesão ou nos planos de serviços.

Considerações finais

Como demonstra o relatório da empresa Akamai (2015), o Brasil está entre os três países com maior quantidade de acessos à Internet do mundo, mas em contraste, ocupa a 96ª posição dos 108 países monitorados com relação a velocidade média de conexão. Não bastasse a velocidade média nacional (de 3.6 Mbps) ser quase dez vezes mais lenta do que a média mundial, as operadoras que atuam no mercado brasileiro, conforme demonstra relatório da Anatel (2015), muitas vezes nem entregam a velocidade mínima (exigida por lei) de 40% do pacote contratado.

As operadoras de telefonia e provedoras de Internet também ocupam as primeiras posições no ranking de reclamações do Procon SP ou do site Reclame Aqui. Como revelou a *Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida* (ANATEL, 2016), os consumidores não estão muito satisfeitos com os serviços prestados pelas maiores operadoras do país. Para

piorar, as principais operadoras, especificamente o Grupo Telecom Americas (NET/Claro/Embratel), a Vivo e a Oi querem, agora, impor limites na Internet fixa da mesma maneira que é feito com a Internet móvel, bloqueando até mesmo o acesso caso se atinja o limite estipulado no plano de dados (vale lembrar que o Grupo Telecom Americas, desde 2004, possui planos que operam com pacotes de dados, reduzindo a velocidade de navegação caso se atinja o limite do plano).

Se a excelência em serviços, como sugerem Kotler e Keller (2012, p.387-397), exige que as empresas satisfaçam seus clientes por meio da entrega uma oferta superior, de inovação e de comprometimento, as operadoras de telefonia e provedoras de Internet certamente estão na contramão desses esforços. Ao que parece, há um longo caminho a ser trilhado até que elas revertam o quadro de má reputação. O primeiro passo, indiscutivelmente, é olhar seus clientes com a atenção que eles merecem, algo que ainda parece distante. Ao consumidor, resta navegar na Internet com uma velocidade de conexão muito aquém da média mundial, contar com a sorte e muita paciência se precisar de atendimento das operadoras e torcer para que a Anatel saiba julgar e defender os direitos dos consumidores que usam diariamente dispositivos eletrônicos.

REFERÊNCIAS

AKAMAI. The State of Internet, Q3 2015. **Akamai**, 2015. Disponível em: <<https://www.akamai.com/us/en/multimedia/documents/report/q3-2015-soti-connectivity-final.pdf>>. Acesso em 27 abr. 2016.

ANATEL. Pesquisa de Satisfação e Qualidade Percebida. **Anatel**, 2016. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documentoVersionado.asp?numeroPublicacao=340586&documentoPath=340586.pdf&Pub=&URL=/Portal/verificaDocumentos/documento.asp>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

ANATEL proíbe limites na internet fixa por prazo indeterminado. Conselho decidirá sobre o tema. **Anatel**, 2016. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/institucional/index.php/noticias/1098-anatel-proibe-limites-na-internet-fixa-por-prazo-indeterminado-conselho-decidira-sobre-o-tema>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

ANATEL. Qualidade da Banda Larga: publicação de indicadores, julho/2015. **Anatel**, 2015. Disponível em: <<http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=333392&assuntoPublicacao=null&caminhoRel=null&filtro=1&documentoPath=333392.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

CALKINS, Tim. O desafio de branding. IN: TYBOUT, Alice M.; CALKINS, Tim. **Branding**. São Paulo: Atlas, 2006.

COMO faço para controlar o uso de dados pela Netflix?. **Netflix**, 2016. Disponível em: <<https://help.netflix.com/pt/node/87>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

DI FELICE, Massimo. Das tecnologias da democracia para as tecnologias da colaboração. IN: DI FELICE, Massimo. **Do público para as rede**: a comunicação digital e as novas formas de participação social. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

FRANQUIA de dados da Internet fixa no Brasil gera críticas em redes sociais. **G1**. São Paulo, 12 abr. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/franquia-de-dados-na-internet-fixa-no-brasil-gera-criticas-em-redes-sociais.html>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

FRIEDMAN, Thomas L. **O mundo é plano**: uma breve história do século XXI. 3 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

GROSSMANN, Luís O. Para Anatel, franquia de dados na internet fixa favorece quem consome pouco. **Convergência Digital**, 16 fev. 2016. Disponível em: <<http://convergenciadigital.uol.com.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?UserActiveTemplate=site&infoid=41676&sid=4>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv95753.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

IDEC entra na Justiça para barrar limite à banda larga fixa. Idec, 15 abr. 2016. Disponível em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/idec-entra-na-justica-para-barrar-a-banda-larga-fixa>>. Acesso em: 28 abr. 2016.

ITU – INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION. **ICT Facts & Figures**: The world in 2015. Geneva: ICT Data and Statistics Division, 2015. Disponível em: <<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2015.pdf>>. Acesso em 23 out. 2015.

KOTLER, Philip. KELLER, Kevin L. **Administração de marketing**. 14 ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0**. O'REILLY, s.l., 2005. Disponível em: <<http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

PROCON SP. **Ranking Estadual de Reclamações Fundamentadas 2015**. Governo do Estado de São Paulo – Secretaria da Justiça e Defesa da Cidadania, 2016. Disponível em: <http://www.procon.sp.gov.br/pdf/ranking_2015.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2016.

RECLAME AQUI. Rankings. **Reclame Aqui**, 2016. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/ranking/>>. Acesso em 27 abr. 2015.

SCHMIDT, Flavio. Identidade, imagem e reputação: empresas sem pertencimento no mundo da interdependência. IN: FARIAS, Luiz A. **Relações públicas estratégicas**: técnicas, conceitos e instrumentos. São Paulo: Summus, 2011.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2014**: hábitos de consumo de mídia da população brasileira. Brasília: SECOM, 2013.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia da população brasileira. Brasília: SECOM, 2014. Disponível em:

<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2016.

SMARTPHONE Vendor Market Share, 2015 Q2. **International Data Corporation**, s.d. Disponível em: <<http://www.idc.com/prodserv/smartphone-market-share.jsp>>. Acesso em: 20 abr. 2016.

SOBRE o Reclame Aqui. **Reclame Aqui**, 2016. Disponível em: <<http://www.reclameaqui.com.br/institucional/>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 32 ed. Rio de Janeiro: Record, 2014.

VIEIRA, Bruno. Empresas de telefonia e banda larga estão na mira da Anatel. **G1 – Jornal Hoje**, 29 mar. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2016/03/empresas-de-telefonia-e-banda-larga-estao-na-mira-da-anatel.html>>. Acesso em: 27 abr. 2016.

VIVO. Contrato de adesão de prestação do serviço telefônico fixo comutado (stfc), do serviço de comunicação multimídia (scm) e do serviço de acesso condicionado (tv por assinatura - seac). **Vivo**, 2016. Disponível em: <https://www.vivo.com.br/consumo/groups/public/documents/documentopw/contrib_102096.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2016.