C0067248A

CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 3.307-A, DE 2015

(Do Sr. Marcos Soares)

Dispõe sobre o envio de mensagem de texto SMS pelas operadoras de telefonia celular e dá outras providências; tendo parecer da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação deste e do de nº 8092/17, apensado, com substitutivo (relator: DEP. RODRIGO MARTINS).

DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE:
DEFESA DO CONSUMIDOR;
CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA; E
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA.

APRECIAÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação Conclusiva pelas Comissões - Art. 24 II

S U M Á R I O

I - Projeto inicial

II - Projeto apensado: 8092/17

III - Na Comissão de Defesa do Consumidor:
- Parecer do relator
- 1º Substitutivo oferecido pelo relator
- Complementação de voto
- 2º Substitutivo oferecido pelo relator
- Parecer da Comissão
- Substitutivo adotado pela Comissão

CONFERE COM O ORIGINAL AUTENTICADO

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º - As operadores do serviço de telefonia móvel deverão oferecer aos seus clientes, quando da contratação de qualquer de seus serviços na modalidade pré-pago, a opção de receber ou não mensagens de texto SMS, referente a promoções, campanhas publicitárias ou qualquer outro tipo de informação similar.

Art. 2º - As operadores do serviço de telefonia móvel deverão encaminhar para o assinante mensagem eletrônica informando discriminadamente o uso de seus créditos e o saldo remanescente.

Parágrafo único. O encaminhamento da mensagem deverá ser efetuado de forma gratuita para o assinante.

Art. 3º - O envio de toda e qualquer mensagem SMS deverá respeitar o horário entre 7h00 e 21h00.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor 90 (noventa) dias após a data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

É fato que as operadoras do serviço de telefonia celular vêm abusando de forma indiscriminada o uso do envio de mensagens promocionais aos aparelhos celulares, sem o consentimento prévio do consumidor.

Um dos mais importantes avanços conquistados pelos consumidores e assinantes de telefonia móvel no País deu-se com a possibilidade de utilização do chamado sistema pré pago, onde o cliente antecipa um valor específico que lhe dá o direito de utilização de diversos serviços, como chamada de voz, internet móvel e envio de mensagens.

No entanto, não existe transparência na utilização desses créditos, como ocorre, por exemplo, nos planos pós pagos, onde existe uma conta telefônica detalhando o consumo pelo assinante.

Não é incomum que o assinante do serviço pré pago faça uma recarga de determinado valor e que, em pouco tempo, sem que haja um consumo efetivo, seus créditos simplesmente desapareçam, sem que a operadora de telefonia móvel preste qualquer informação de como foram utilizados e qual o valor discriminado.

Essa incerteza gera imensos conflitos nas relações entre assinantes e empresas, pois, não raro, o usuário é surpreendido ao receber mensagens informando

que seus créditos expiraram, inobstante terem realizado uma recarga recentemente e não terem utilizado o serviço.

Outro efeito colateral decorrente da relação de consumo diz respeito ao envio de mensagens pelas operadoras de telefonia móvel, em horários extremamente impróprios.

O intuito da medida é facilitar o acesso do assinante a uma informação imprescindível sobre o serviço que está sendo consumido, em perfeita sintonia com os princípios estabelecidos pelo Código de Defesa do Consumidor.

É no sentido de proibir mensagens propaganda indesejadas nos telefones celulares dos cidadãos que peço o apoio dos nobres pares à proposição em tela. Assim, com vistas a suprir essa omissão da legislação, que possui grande impacto sobre o consumidor, apresentamos a presente proposição, para imprimir uma maior transparência na prestação desse tipo de serviço.

Considerando a importância da matéria para os milhões de brasileiros que diariamente fazem uso dos serviços de telefonia móvel no País, esperamos contar com o apoio dos ilustres pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 14 de outubro de 2015.

Deputado **MARCOS SOARES**

PROJETO DE LEI N.º 8.092, DE 2017

(Do Sr. Aureo)

Altera o artigo 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para definir novas hipóteses de publicidade abusiva por telemarketing ativo.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-3307/2015. POR OPORTUNO, REVEJO O DESPACHO APOSTO AO PL 3.307/2015, PARA DETERMINAR QUE EM DECORRÊNCIA DA APENSAÇÃO DO PL 8.092/2017, A COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR TAMBÉM DEVERÁ SE MANIFESTAR QUANTO AO MÉRITO DA PROPOSIÇÃO.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º O artigo 37 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte §5º:

" Art. 37. .....

.....

§ 5° A publicidade feita por telemarketing ativo, qualquer que seja o meio, é abusiva, entre outras definidas em regulamento, quando:

I - não autorizada pelo consumidor;

II - realizada fora do horário entre dez horas e dezenove horas de segunda-feira a sábado;

III - quando ultrapassar uma comunicação por dia a um mesmo número telefônico pela empresa fornecedora; ou,

IV - quando feita com a utilização de voz gravada, mecanizada ou digital. " (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICATIVA

A publicidade por telemarketing ativo é uma forma crescente de contato das empresas com os consumidores, absolutamente legal e que gera diversos empregos no mercado nacional. Porém, a sua disseminação ilimitada está criando situações abusivas e incômodas aos consumidores de telefones e inclusive uma tendência ao desemprego devido à digitalização das vozes de atendimento.

A presente proposta visa resolver quatro problemas causados por excessos das empresas de telemarketing, para diminuir o chamado "spam telefônico".

Primeiro, o problema da publicidade não autorizada, que tanto incomoda os consumidores da telefonia. É possível encontrar pessoas que já utilizam o telefone mais para atender ligações de telemarketing que para fazer ou receber ligações de interesse próprio. Trata-se de uma crescente exponencial, que se não for limitada agora, gerará danos ainda maiores ao setor de telemarketing no futuro, quando for proibida. É absolutamente bem-vinda a publicidade de um serviço ou produto de interesse do consumidor, que solicitou ou aceitou receber esse tipo de chamada telefônica para escutar as propostas dos fornecedores, conhecido como telemarketing passivo. Mas imagine-se daqui a 20 anos, receber ligações o dia inteiro de

empresas de diversos setores que descobriram que a publicidade por telefone pode ser mais rentável que a feita na televisão ou no rádio, por exemplo.

Segundo, o problema do horário das ligações de publicidade por telefone. É comum receber chamada de telemarketing às oito horas da manhã de sábado, horário em que as empresas iniciam seus trabalhos. Apesar de ser horário de trabalho para alguns, não é para outros. Além disso, poucas pessoas escolheriam receber chamadas desse tipo nesse horário, salvo situações de absoluto interesse do receptor.

Terceiro, o problema do número de chamadas feitas pela mesma empresa fornecedora no mesmo dia. Existem casos comuns de empresas que ligam para o mesmo número cinco a oito vezes por dia oferecendo o mesmo serviço ou produto. Trata-se de um excesso incompreensível por parte das empresas de telemarketing.

E, por fim, o quarto e último, problema da mecanização excessiva do telemarketing com a utilização de voz digital gravada, que pode ameaçar o emprego no setor e potencializar o sistema de spam telefônico a níveis inimagináveis no futuro. Trata-se de uma limitação que tem que ser feita imediatamente, antes que seja uma prática comum no setor e que gere a diminuição de milhares de vagas de emprego.

Sem dúvida, essa proposta reduz alguns problemas do telemarketing, mas não resolve todas as questões, que devem ser regulamentadas pela Agência responsável, a Anatel, conforme propusemos no dispositivo.

Trata-se de uma proposta esperada e que será bem recebida pelos consumidores brasileiros e pelos trabalhadores do setor do telemarketing, razão pela qual pedimos aos nobres pares o apoio e a colaboração no trâmite legislativo.

Sala das Sessões, em 12 de julho de 2017

Deputado **AUREO**
Solidariedade/RJ

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA
Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
Seção de Legislação Citada - SELEC

LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990

Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA
Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte lei:

TÍTULO I
DOS DIREITOS DO CONSUMIDOR

.....

CAPÍTULO V
DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

.....

Seção III
Da Publicidade

Art. 36. A publicidade deve ser veiculada de tal forma que o consumidor, fácil e imediatamente, a identifique como tal.

Parágrafo único. O fornecedor, na publicidade de seus produtos ou serviços, manterá, em seu poder, para informação dos legítimos interessados, os dados fáticos, técnicos e científicos que dão sustentação à mensagem.

Art. 37. É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.

§ 1º É enganosa qualquer modalidade de informação ou comunicação de caráter publicitário, inteira ou parcialmente falsa, ou, por qualquer outro modo, mesmo por omissão, capaz de induzir em erro o consumidor a respeito da natureza, características, qualidade, quantidade, propriedades, origem, preço e quaisquer outros dados sobre produtos e serviços.

§ 2º É abusiva, dentre outras a publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança.

§ 3º Para os efeitos deste código, a publicidade é enganosa por omissão quando deixar de informar sobre dado essencial do produto ou serviço.

§ 4º (VETADO).

Art. 38. O ônus da prova da veracidade e correção da informação ou comunicação publicitária cabe a quem as patrocina.

.....
.....

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 3.307/2015, de autoria do ilustre Deputado Marcos Soares, visa a obrigar as operadoras de telefonia móvel a oferecerem, no momento da contratação de seus serviços na modalidade pré-pago, a opção de receber ou não mensagens de texto SMS com conteúdo publicitário ou informativo. Estabelece, também, que o envio de mensagens só pode se dar no intervalo entre 7:00 e 21:00.

Fixa, além disso, a obrigatoriedade de que encaminhem ao assinante, gratuitamente, mensagem eletrônica que informe, de forma discriminada, acerca da utilização dos créditos e do respectivo saldo remanescente.

Em apenso, tramita o Projeto de Lei nº 8.092/2017, de autoria do Deputado Áureo, por meio do qual busca definir novas hipóteses de publicidade abusiva (praticadas por meio de telemarketing ativo). Para tanto, acrescenta §5º, ao art. 37, do Código de Proteção e Defesa do Consumidor, em que elenca quatro situações, cuja prática, no relacionamento com consumidores, configura-se abusiva: *"I) quando não autorizada pelo consumidor; II) quando realizada fora do horário entre dez e dezenove horas de segunda-feira a sábado; III) quando ultrapassar uma comunicação por dia a um mesmo número telefônico pela empresa fornecedora; IV) quando feita com a utilização de voz gravada, mecanizada ou digital*".

Em conformidade com o despacho proferido em 22/08/2017, o PL nº 3.307/2015, outrora desapensado do PL 2.661/2015, foi devolvido pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, sendo então redistribuído a esta Comissão de Defesa do Consumidor, em 24/08/2017, já apensado ao PL nº 8.092/2017. Ambas proposições, principal e apensada, tramitam sob regime ordinário.

Em 29/08/2017, foi apresentado requerimento de desapensação do PL nº 8.092/2017, subscrito pelo seu autor, o Deputado Marcos Soares, que restou indeferido, na forma do despacho proferido em 29/09/2017.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, o prazo regimental de cinco sessões fluiu sem a apresentação de emendas.

II - VOTO DO RELATOR

O Projeto de Lei nº 3.307, de 2015, de autoria do ilustre Deputado Marcos Soares, busca obrigar as operadoras de telefonia móvel a oferecerem, no momento da contratação de seus serviços na modalidade pré-pago, a opção de receber ou não mensagens de texto SMS com conteúdo publicitário ou informativo, com o estabelecimento de limite de horário para o envio de comunicações. Além disso, firma a obrigatoriedade do encaminhamento gratuito ao assinante de mensagem eletrônica que informe sobre a utilização de créditos e o respectivo saldo remanescente.

Em apenso, tramita o Projeto de Lei nº 8.092, de 2017, de autoria do Deputado Áureo, em que busca inserir § 5º, ao art. 37, do CDC, para elencar quatro novas hipóteses de publicidade abusiva, especificamente quando praticadas por meio

de telemarketing ativo. São elas: *"I) quando não autorizada pelo consumidor; II) quando realizada fora do horário entre dez e dezenove horas de segunda-feira a sábado; III) quando ultrapassar uma comunicação por dia a um mesmo número telefônico pela empresa fornecedora; IV) quando feita com a utilização de voz gravada, mecanizada ou digital*".

Ambas proposições, a se ver, caminham no louvável intento de proteger o consumidor do assédio de fornecedores de produtos e serviços, sejam esses terceiros ou a própria operadora de telefonia de que seja assinante. De fato, sabemos da importância da comunicação de marketing para fins de difusão de informação sobre bens colocados à disposição no mercado de consumo. No entanto, a abordagem insistente, de forma inadequada e contra vontade expressa do consumidor deve ser considerada abusiva e, por isso, merece tratamento direcionado na nossa legislação para coibir tal prática.

Firmes nesse sentido, o que os autores dos projetos buscam, com toda razão, é evitar que os fornecedores pratiquem marketing mediante utilização de abordagem excessivamente agressiva, que excede a razoabilidade e se torna inoportuna, desconfortável e invasiva ao consumidor destinatário da comunicação. O Projeto de Lei nº 3.307, de 2015, volta-se à proteção do consumidor contra a publicidade abusiva praticada mediante o envio de mensagens escritas para o seu celular. Já o Projeto de Lei nº 8.092, de 2017, abarca, sob o mesmo propósito, todas as formas de telemarketing ativo.

Assim, considerando que as proposições seguem em um veio comum e são complementares entre si, propomos Substitutivo, para incorporar o teor de ambas ao bojo do CDC, na forma de novo art. 38-A. Deixamos apenas de incluir a obrigatoriedade de informação sobre utilização de créditos telefônicos e respectivo saldo remanescente, inicialmente prevista no art. 2º, do Projeto de Lei nº 3.307, de 2015, por ponderarmos que tal medida já se encontra contemplada no Projeto de Lei nº 3.272, de 2015, em avançada fase de tramitação e com adequada pertinência temática.

Isso posto, nosso voto é pela **aprovação** do PL nº 3.307, de 2015, e o seu apensado, PL nº 8.092/2017, na forma do **Substitutivo** anexo.

Sala da Comissão, em 11 de outubro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Relator

1º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.307, DE 2015

(Apensado: PL nº 8.092/2017)

Acrescenta novo art. 38-A, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), para coibir a prática de publicidade abusiva por meio de telemarketing ativo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei visa a acrescentar novo art. 38-A, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com o objetivo de coibir a prática de publicidade abusiva por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado pelo fornecedor.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 38-A e inciso XV do Art. 39:

"Art. 38-A. É vedada a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, exceto quando houver prévio consentimento livre e expresso do consumidor;

Parágrafo único - O disposto neste artigo estende-se ao envio de mensagens, com qualquer conteúdo promocional ou publicitário, para estação telefônica móvel do usuário."

"Art. 39. .....

.....

XV – a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, sem o prévio consentimento livre e expresso do consumidor." (NR)

Art. 3º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias a contar de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 11 de outubro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Relator

COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Em reunião da Comissão de Defesa do Consumidor realizada hoje, durante a discussão do meu Parecer ao PL nº 3.307/2015, aceitei sugestão do nobre

colega, Deputado Celso Russomanno, de incluir, no Art. 2º do Projeto, que altera o Art. 38-A do Código de Defesa do Consumidor, a expressão "*manifestado em cláusula apartada, em negrito, com assinatura própria.",* por entendermos que aumentaria a transparência e a facilidade de visualização pelo consumidor.

Sala da Comissão, em 8 de novembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Relator

2º SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 3.307, DE 2015

(Apensado: PL nº 8.092/2017)

NOVA EMENTA: Acrescenta novo art. 38-A, e inciso XV ao Art. 39, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), para coibir a prática de publicidade abusiva por meio de telemarketing ativo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei visa a acrescentar novo art. 38-A, e inciso XV ao Art. 39, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com o objetivo de coibir a prática de publicidade abusiva por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado pelo fornecedor.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 38-A:

> *"Art. 38-A. É vedada a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, exceto quando houver prévio consentimento livre e expresso do consumidor, manifestado em cláusula apartada, em negrito, com assinatura própria.*
>
> *Parágrafo único - O disposto neste artigo estende-se ao envio de mensagens, com qualquer conteúdo promocional ou publicitário, para estação telefônica móvel do usuário."*

Art. 3º O Art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte inciso XV:

> ***"****Art. 39. .....*

.....

XV – a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, sem o prévio consentimento livre e expresso do consumidor." (NR)

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias a contar de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 8 de novembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou, com substitutivo, o Projeto de Lei nº 3.307/2015 e o PL 8092/2017, apensado, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Rodrigo Martins, que apresentou Complementação de Voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:Rodrigo Martins - Presidente, João Fernando Coutinho, Ricardo Izar e Eros Biondini - Vice-Presidentes, Antônio Jácome, Aureo, Carlos Sampaio, Celso Russomanno, César Halum, Chico Lopes, Deley, Eli Corrêa Filho, Ivan Valente, José Carlos Araújo, Márcio Marinho, Maria Helena, Rodrigo de Castro, Severino Ninho, Weliton Prado, Ademir Camilo, Eduardo da Fonte, Heuler Cruvinel e Jose Stédile.

Sala da Comissão, em 8 de novembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente

SUBSTITUTIVO ADOTADO PELA CDC AO PL Nº 3.307, DE 2015

(Apensado: PL nº 8.092/2017)

NOVA EMENTA: Acrescenta novo art. 38-A, e inciso XV ao Art. 39, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), para coibir a prática de publicidade abusiva por meio de telemarketing ativo.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei visa a acrescentar novo art. 38-A, e inciso XV ao Art. 39, à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, com o objetivo de coibir a prática de publicidade abusiva por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado pelo fornecedor.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Proteção e Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte artigo 38-A:

> *"Art. 38-A. É vedada a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, exceto quando houver prévio consentimento livre e expresso do consumidor, manifestado em cláusula apartada, em negrito, com assinatura própria.*
>
> *Parágrafo único - O disposto neste artigo estende-se ao envio de mensagens, com qualquer conteúdo promocional ou publicitário, para estação telefônica móvel do usuário."*

Art. 3º O Art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte inciso XV:

> *"Art. 39. .....*
>
> *.....*
>
> *XV – a prática de publicidade por telemarketing ativo, independentemente do meio utilizado, sem o prévio consentimento livre e expresso do consumidor." (NR)*

Art. 4º Esta lei entra em vigor no prazo de noventa dias a contar de sua publicação oficial.

Sala da Comissão, em 8 de novembro de 2017.

Deputado **RODRIGO MARTINS**
Presidente

FIM DO DOCUMENTO