



CÂMARA DOS DEPUTADOS

***PROJETO DE LEI N.º 9.615-C, DE 2018** **(Do Senado Federal)**

PLS nº 420/2017

Ofícios nºs 165/2018 e 194/2018 – SF

Altera o art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta; tendo parecer: da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, pela aprovação deste, com emendas, e da Emenda 1/18 apresentada, com subemenda, e pela rejeição dos de nºs 9942/18 e 10064/18, apensados (relator: DEP. PROFESSOR PACCO); da Comissão de Defesa do Consumidor, pela aprovação do de nº 9942/18, apensado, e pela rejeição deste, do de nº 10064/18, apensado, das Emendas 1 e 2/18, apresentadas e da Emenda 1/18 apresentada ao de nº 9942/18, apensado (relator: DEP. DELEY); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e técnica legislativa deste, e dos de nºs 9942/18, 10064/18, 23/19 e 2369/19 apensados; das Emendas de nºs 1/18 e 2/18 apresentadas na Comissão de Defesa do Consumidor; da Emenda de nº 1/18 apresentada na Comissão de Defesa do Consumidor ao de nº 9942/18, apensado; da Emenda de nº 1/18 apresentada na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; das Emendas da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da Emenda de nº 1/18 ao de nº 9942/18, apensado, apresentada (relator: DEP. VALTENIR PEREIRA).

(*) Avulso atualizado em 19/5/21, para inclusão de apensados (16).

NOVO DESPACHO:
ÀS COMISSÕES DE:
CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA;
DEFESA DO CONSUMIDOR;
FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO (MÉRITO E ART. 54 RICD);
CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA (ART. 54 DO RICD).

APRECIÇÃO:
Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário – Art. 24, II, “g”

SUMÁRIO

I - Projeto inicial

II - Projetos apensados: 9942/18 e 10064/18

III - Na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática:

- Emenda apresentada
- Parecer do relator
- Emendas oferecidas pelo relator (2)
- 1ª Complementação de voto
- Subemenda oferecida pelo relator
- 2ª Complementação de voto
 - Emenda oferecida pelo relator
- Parecer da Comissão
- Emendas adotadas pela Comissão (3)

IV - Na Comissão de Defesa do Consumidor:

- Emendas apresentadas (3)
- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

V - Novas apensações: 23/19 e 2369/19

VI - Na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania:

- Parecer do relator
- Parecer da Comissão

VII - Novas apensações: 2720/19, 3209/19, 3662/19, 4119/19, 4434/19, 4539/19, 5431/19, 6154/19, 4678/20, 178/21, 826/21 e 1226/21

O **Congresso Nacional** decreta:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º (antigo parágrafo único)

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do **caput** incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do **caput** no prazo de 90 (noventa) dias.” (NR)

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

Parágrafo único. A contagem do prazo de que trata o § 3º do art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), inicia-se na data de entrada em vigor desta Lei.

Senado Federal, em 21 de fevereiro de 2018.

Senador Eunício Oliveira
Presidente do Senado Federal

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

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 IV Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

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;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. (Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994)

XI - Dispositivo acrescido pela Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na Lei nº 9.870, de 23/11/1999

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. (Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. (Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. (Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

.....

PROJETO DE LEI N.º 9.942, DE 2018

(Do Senado Federal)

PLS nº 48/2018
OFÍCIO nº 310/2018 - SF

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva sua não observância

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar **telemarketing** ativo, deverá obedecer às seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;

2. entre 10h (dez horas) e 13h (treze horas), aos sábados;

b) disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pela empresa;

c) nos contatos telefônicos com o consumidor:

1. informar imediatamente o nome do operador de **telemarketing** e o nome fantasia da empresa que este representa;

2. em seguida, aferir a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) em qualquer contato telefônico com o consumidor, seja com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, disponibilizar tecla que interrompa a chamada e que retire o contato do consumidor do cadastro de **telemarketing** da empresa pelo período de 4 (quatro) meses, prazo no qual o contato será vedado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar **telemarketing** ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato, ressalvado o disposto na alínea “b”

do inciso I;

c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;

e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;

f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o **telemarketing** ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º Aplica-se o disposto na alínea “a” do inciso I do **caput** às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de **telemarketing** como meio de manutenção de suas atividades.”

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

Senado Federal, em 3 de abril de 2018.

Senador Eunício Oliveira
Presidente do Senado Federal

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 II
Da Oferta

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

LEI Nº 12.101, DE 27 DE NOVEMBRO DE 2009

Dispõe sobre a certificação das entidades beneficentes de assistência social; regula os procedimentos de isenção de contribuições para a seguridade social; altera a Lei nº 8.742, de 7 de dezembro de 1993; revoga dispositivos das Leis nºs 8.212, de 24 de julho de 1991, 9.429, de 26 de dezembro de 1996, 9.732, de 11 de dezembro de 1998, 10.684, de 30 de maio de 2003, e da Medida Provisória nº 2.187-13, de 24 de agosto de 2001; e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A certificação das entidades beneficentes de assistência social e a isenção de contribuições para a seguridade social serão concedidas às pessoas jurídicas de direito privado, sem fins lucrativos, reconhecidas como entidades beneficentes de assistência social com a finalidade de prestação de serviços nas áreas de assistência social, saúde ou educação, e que atendam ao disposto nesta Lei.

Parágrafo único. (VETADO)

Art. 2º As entidades de que trata o art. 1º deverão obedecer ao princípio da universalidade do atendimento, sendo vedado dirigir suas atividades exclusivamente a seus associados ou a categoria profissional.

PROJETO DE LEI N.º 10.064, DE 2018 (Do Sr. Rômulo Gouveia)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, estabelecendo regras para as campanhas de telemarketing ativo promovidas por fornecedor de produtos e serviços.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A As campanhas de telemarketing ativo promovidas por fornecedores de produtos e serviços deverão garantir taxa máxima de abandono de

ligações, nos termos da regulamentação.

§ 1º Caso não haja atendente disponível em até 2 (dois) segundos após a ligação ser atendida pelo consumidor, deverá ser reproduzida uma gravação informando o nome fantasia do fornecedor e telefone para contato.

§ 2º O código de acesso objeto de uma ligação abandonada não poderá receber outras ligações referentes à mesma campanha de telemarketing por um período de 72 (setenta e duas horas), exceto se houver garantia de presença de um atendente no momento do completamento da chamada.

§ 3º As ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos 15 (quinze) segundos.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os serviços de telemarketing vêm, nas últimas duas décadas, crescendo de forma acelerada em nosso país. Em 1997, época da privatização dos serviços de telefonia fixa, o setor empregava cerca de 151 mil pessoas. Esse número cresceu para 450 mil profissionais em 2001 e, hoje, conta com cerca de 1,4 milhão de funcionários¹. Desse total, estima-se que 45% atuem em Serviços de Atendimento ao Consumidor – SAC, 22% em televendas – também conhecido como telemarketing ativo, 23% em recuperação de crédito e o restante em outras atividades². Trata-se evidentemente de um setor de dimensões importantes para a economia nacional, tendo ainda a característica de ser a primeira oportunidade de emprego de muitos cidadãos.

Entretanto, a expansão do setor veio acompanhada também do crescimento da insatisfação da sociedade com esses serviços. Entre 2009 e 2016, o número de reclamações recebidas no PROCON-SP contendo denúncias de marketing invasivo passou de 2600 para 10.400 ao ano³. As empresas mais reclamadas são, rotineiramente, as de telefonia e TV a Cabo, seguidas pelas lojas de varejo on-line e pelos

¹ Dados obtidos no sítio <http://www.innovarepesquisa.com.br/blog/infografico-o-telemarketing-brasil/>, acessado em 13/4/2018.

² Dados obtidos no sítio <http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2012/10/telemarketing-emprega-14-milhao-no-pais-veja-como-e-o-trabalho-no-setor.html>, acessado em 13/4/2018.

³ Dados obtidos no sítio <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1929594-dobra-o-numero-de-reclamacoes-por-ligacoes-de-telemarketing-abusivas.shtml>, acessado em 13/4/2018.

bancos⁴.

O principal motivador para as denúncias de marketing abusivo junto aos PROCONS é a insistência das campanhas de vendas. Não são incomuns os relatos de empresas que ligam dezenas de vezes ao dia para o mesmo número, oferecendo os mesmos produtos e serviços, ainda que o consumidor decline as ofertas repetidamente. Essa situação motivou diversos Estados a atuarem mediante a implantação de cadastros de números bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing. São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Goiás são alguns dos lugares que já implantaram esse sistema. Existem ainda alguns projetos em tramitação no Congresso Nacional para disciplinar o funcionamento de um cadastro para bloqueio de chamadas de telemarketing a nível federal.

Ademais, há uma outra questão muito pertinente nessa discussão de marketing abusivo, e que não temos notícia de ter sido endereçada adequadamente em nosso país. Trata-se do uso indiscriminado dos chamados discadores preditivo nas campanhas de telemarketing ativo. Para entender o que são os discadores preditivos e o problema que causam, é necessário primeiramente fazer uma pequena digressão.

Nos primórdios das operações de telemarketing, cada funcionário precisava tirar o telefone do gancho e discar manualmente para cada um dos números, um a um, de sua lista de contatos. Nesse sistema, cada operador gastava uma grande parte da jornada de trabalho apenas para discar os números e aguardar pelo atendimento das ligações que, em muitos casos, sequer chegavam a ser completadas. Essa situação dá causa a grande ociosidade da mão-de-obra e ineficiência da operação, haja vista que, em uma empresa de telemarketing, um dos principais custos de operação é a folha de pagamento dos operadores do serviço.

Com a evolução tecnológica surgiram os discadores automáticos, que realizam as ligações para uma lista de contatos (que pode ser predeterminada pelo gestor do sistema ou gerada aleatoriamente pelo próprio equipamento) sem necessidade de qualquer atuação do operador. Dessa forma já há um ganho significativo para a operação, uma vez que o funcionário não mais necessita perder tempo consultando listas de contatos e discando os números manualmente no

⁴ Dados obtidos no sítio <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1929601-setor-financeiro-e-de-telefonia-lideram-reclamacoes-de-telemarketing.shtml>, acessado em 13/4/2018.

terminal.

Por fim tivemos o advento dos chamados discadores preditivos. Esses equipamentos não só permitiram a automatização da discagem de códigos de acesso, como já era feito pelos discadores automáticos, mas levaram os ganhos de eficiência da empresa de telemarketing um passo à frente. Isso foi possível da seguinte forma: em vez de discar para apenas um número de cada vez, o discador preditivo liga para diversos números simultaneamente. Isso é feito não apenas para cada operador individualmente, mas para todo o conjunto de operadores disponíveis em determinado momento. Quando são atendidas ligações suficientes para ocupar todos os operadores desocupados naquele instante, o discador automaticamente encerra todas as outras ligações em curso, independentemente de terem sido atendidas ou não. Dessa forma, consegue-se minimizar de forma bastante eficaz o tempo ocioso de cada operador, o que resulta em ganhos operacionais para a empresa.

Do lado do consumidor, a adoção de discadores preditivos tem como consequência o recebimento de repetidas ligações que são interrompidas antes mesmo de serem atendidas ou imediatamente após serem atendidas pelo cidadão. Como não há qualquer regra disciplinando o assunto, as empresas de telemarketing tendem a adotar configurações bastante agressivas para seus discadores preditivos, o que resulta em baixíssima ociosidade da mão-de-obra e, em contrapartida, elevadas taxas de abandono das ligações, com efeito, levando à maximização do transtorno para o consumidor.

Assim é que, em países como Estados Unidos, Inglaterra e Canadá, já vigoram regulamentações para balizar o uso dos discadores preditivos pelas operadoras de telemarketing. No caso dos países citados, a legislação adotada tem o condão de alcançar, principalmente, os seguintes objetivos: limitar o percentual de ligações desligadas prematuramente; garantir ao consumidor o direito de não ser importunado novamente por determinado período caso tenha sido vítima de uma ligação abandonada; obrigar a empresa a se identificar mesmo nas ligações abandonadas, dando assim ao consumidor a possibilidade de reclamar junto à empresa ou mesmo à autoridade competente; determinar que as ligações tenham uma duração mínima, evitando assim que as empresas reduzam artificialmente a taxa de abandono de ligações.

Em face do problema descrito, e inspirado pelas

soluções adotadas em diversos países estrangeiros, resolvemos propor este projeto de lei. A proposição altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para inserir um novo art. 30-A, com mandamentos que visam controlar o uso agressivo e indiscriminado dos discadores preditivos. Desta feita, acreditamos estar criando na legislação um mecanismo adotado com bastante sucesso em outras grandes democracias do mundo, garantindo a proteção dos interesses do consumidor.

Certos de que com essa alteração atenderemos ao interesse público e possibilitaremos a melhor prestação dos serviços, conclamo os nobres Pares para a aprovação da medida.

Sala das Sessões, em 18 de abril de 2018.

Deputado **RÔMULO GOUVEIA**
PSD/PB

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 II
Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

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.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\)](#))

dias após a sua publicação)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. (Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008)

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

.....

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, INFORMAÇÃO E INFORMÁTICA.

EMENDA ADITIVA Nº 01/2018

“Não se aplica os dispositivos desta lei às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, ou que estejam inscritas no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua Sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades. “(NR)””.

JUSTIFICATIVA

A presente proposição cuida da regulamentação da oferta telefônica de produto e serviço a consumidor.

Neste propósito, estabelece uma série de restrições à atividade de telemarketing, que entendemos não deve ser aplicada às instituições filantrópicas, organizações de assistência social, educacional e de saúde, sem fins econômicos, portadoras do certificado conferido na forma da Lei 12.101, de 27 de novembro de 2009.

Como é de trivial sabença, essas entidades prestam trabalho relevante ao país ao atender populações em situação de vulnerabilidade ou risco social ou pessoal. Os recursos para manutenção de seus trabalhos sociais são obtidos, na quase totalidade das vezes, de pequenas doações, auferidas por meio de telemarketing ativo ou receptivo.

Essas entidades dependem por demais de contribuições para atuar de forma plena e eficiente. Elas não exercem atividade econômica, não oferecem ao mercado nenhum produto ou serviço, tampouco visam obtenção de lucro.

Desse modo, as restrições propostas se revelam nocivas ao interesse público das entidades filantrópicas e coisas do gênero.

Ante o exposto, solicito apoio dos nobres pares na aprovação desta emenda aditiva.

Sala das sessões, 20 de novembro de 2018

Deputado VALTENIR PEREIRA

I – RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa à alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado

de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo. A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeitava-se inicialmente à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Em 6/11/2018, a Mesa Diretora deferiu o Requerimento nº 9.214/2018, para incluir também o exame pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, observada a ordem inicial de distribuição do despacho.

Na Comissão de Defesa do Consumidor, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda ao PL 9.942/2018, apensado. O Parecer da CDC, de relatoria do Deputado Deley, foi pela aprovação do PL 9.942/2018, apensado, e pela rejeição do PL 9.615/2018, das Emendas 1/2018 e 2/2018 a ele apresentadas, do PL 10.064/2018, apensado, e da Emenda 1/2018, apresentada ao PL 9.942/2018, apensado.

A Emenda nº 1/2018 CDC ao PL 9.615/2018, de autoria do nobre Deputado Valtenir Pereira, propunha a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

A Emenda nº 2/2018 CDC ao PL 9.615/2018, apresentada pelo nobre Deputado Tenente Lúcio, propunha que o cadastro sugerido no projeto principal tivesse validade de 1 (um) ano, devendo os consumidores ratificarem a proibição de contato após tal período. A emenda dispunha também que as empresas de telefonia deveriam comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor sobre a mudança de titularidade dos números de telefone móveis e fixos, a fim de que seja efetuada a

exclusão automática do cadastro. Por fim, a emenda previa que o Poder Executivo regulamentaria a aplicação do cadastro previsto pelo projeto principal e que a proposição, uma vez aprovada, entraria em vigor no prazo de cento e oitenta dias.

Já a Emenda nº 1/2018 CDC ao PL 9.942/2018, do Deputado Tenente Lúcio, acrescentava o art. 33-A à Lei 8.078, de 1990, para ampliar o horário de realização de ligações aos sábados até as 16 horas.

Todavia, como dito, a CDC não acatou nenhuma dessas emendas.

No âmbito da CCTCI, foi apresentada a Emenda nº 1/2018, do Deputado Valtenir Pereira, que propõe a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto principal e seus apensados tratam da oferta pelos fornecedores de produto ou serviço por meio de chamada telefônica ou mensagem de texto, com a utilização do telemarketing ativo. As propostas visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetidos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

Não raro o consumidor se sente verdadeiramente importunado durante a sua rotina de trabalho ou de lazer pela quantidade de contatos que os fornecedores fazem em um só dia. A maior parte dos consumidores sequer autorizou qualquer tipo de contato pelos números de telefone fixos ou móveis.

De fato, embora muitos deles manifestem o total desinteresse pelas ofertas, os fornecedores insistem em entrar em contato telefônico, perturbando a vida particular dos cidadãos.

Com o intuito de defender o consumidor da impertinência das empresas que utilizam o telemarketing ativo, os projetos nº 9.615 (principal) e nº 9.942 (apensado), ambos de 2018, dispõem sobre a proibição de os fornecedores entrarem em contato com os consumidores que tiverem previamente manifestado o desinteresse em receber ofertas por meio telefônico.

Entendemos que o Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, disciplina a matéria de forma mais objetiva do que o projeto nº 9.942, de 2018. No entanto, alguns aspectos deste podem também ser aproveitados, dentre as várias regras dirigidas aos fornecedores para a utilização do telemarketing ativo, de forma a compormos um texto que contemple de forma mais abrangente o tema.

Por exemplo, é interessante a previsão de que nos contatos telefônicos com o consumidor, o operador seja imediatamente identificado, bem como a empresa que este representa. De igual modo, é salutar que seja aferida a vontade

do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento, oferecendo, em caso afirmativo, número telefônico ou meio eletrônico de contato para retorno.

Em decorrência destas medidas, faz-se necessário também acolher algumas vedações ao fornecedor, tais como: realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor; prazo de 6 (seis) meses para que novo contato seja feito com consumidor para oferecer produtos ou serviços cancelados; reiteração de oferta de produto ou serviço já recusada pelo consumidor, entre outras. As demais regras explicitadas no PL nº 9.942/2018 acreditamos que sejam melhor tratadas em regulamento posterior à futura legislação, tendo em vista as peculiaridades dos setores econômicos que se utilizam desses serviços.

Com relação ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, compreendemos a intenção do autor da iniciativa, pois, de fato, a evolução tecnológica no campo do telemarketing ativo permitiu a utilização de sistemas para maximizar a capacidade de oferta. Dessa forma, o mau uso dessas ferramentas pelo fornecedor vem gerando aborrecimento aos consumidores pelas frequentes e inoportunas ligações, que, muitas vezes, são abandonadas ou não têm a contrapartida de um atendente. No entanto, acreditamos que o assunto poderá ser melhor tratado em regulamentação pelo Poder Executivo, porque o tema se relaciona mais com este tipo de norma, em razão dos pormenores técnicos envolvidos e da maior facilidade de adaptação do normativo às mudanças constantes das práticas de mercado.

Além disso, entendemos que devem constar no Código de Proteção e Defesa do Consumidor apenas as disposições indispensáveis para a proteção dos consumidores, deixando as demais prescrições a cargo da regulamentação pelos órgãos competentes.

Com relação a Emenda nº 1/2018 CCTCI, do Deputado Valtenir Pereira, somos favoráveis à sua aprovação, pois, conforme destaca o autor da emenda, o objetivo das entidades beneficentes e de assistência social é completamente diferente daquele buscado por empresas comerciais. Por isso, é legítimo que apenas estas últimas, na condição de fornecedores de produtos e serviços, sejam submetidas à regra proposta no presente projeto.

Portanto, tendo em conta que as investidas dos fornecedores por meio telefônico se tornaram uma prática extremamente incômoda, apoiamos a inclusão no Código de Defesa do Consumidor de regras a respeito do cadastro de recebimento de telemarketing e das regras adicionais do telemarketing ativo, com o intuito de resguardar os consumidores dos eventuais abusos cometidos pelos fornecedores.

Por isso, com a certeza de contribuir para a melhoria do arcabouço legislativo de proteção do consumidor, nosso parecer é pela aprovação do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018 (principal), e da Emenda nº 1/2018 CCTCI a ele apresentada, com as Emendas de Relator nº 1 e nº 2 a seguir, e pela rejeição do Projeto de Lei nº

9.942, de 2018 (apensado), e do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado).

Sala das Sessões, em 7 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO

EMENDA DE RELATOR Nº 1

Acrescente-se o seguinte art. 2º ao PL nº 9.615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;
2. entre 9h (nove horas) e 15h (quinze horas), aos sábados;

b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;

c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) disponibilizar tecla de opção ao consumidor para que a empresa o coloque em seu cadastro telefônico de consumidores que não receberão a oferta por quatro meses.

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;

c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;

d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;

e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;

f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as

regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.” (NR)

Sala das Sessões, em 07 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

EMENDA DE RELATOR Nº 2

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....
XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do *caput* no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.

§ 4º As empresas de telefonia devem comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor a mudança de titularidade dos números de telefones móveis e fixos para que seja efetuada a exclusão automática do cadastro citado no § 3º.” (NR)

Sala da Comissão, em 07 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

1ª COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Após acatarmos a Emenda 1/2018-CCTCI apresentada pelo Deputado Valtenir Pereira à matéria, esta relatoria verificou a necessidade de explicitar o alcance da referida sugestão.

Com efeito, o texto original da referida emenda pode abrir margem

para interpretações restritivas quanto às entidades alcançadas pela exceção. Assim, optamos por deixar expresso no texto acatado que as entidades inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal também estão alcançadas pela referida emenda e não só as entidades municipais, como consta da emenda.

Sala das Sessões, em 07 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

SUBEMENDA DE RELATOR À EMENDA Nº 1/2018 – CCTCI

Altere-se a Emenda nº 1/2018-CCTCI, acrescentando o seguinte art. 3º ao PL nº 9615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 3º O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

Sala das Sessões, em 07 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

2ª COMPLEMENTAÇÃO DE VOTO

Na reunião da CCTCI de 11 de dezembro de 2018, acolhemos a sugestão de alterar a Emenda de Relator nº 2, de modo a suprimir o § 4º introduzido no art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, proposto originalmente por este Relator. A supressão se faz necessária para que o projeto não se torne oneroso e inviável para as empresas de telefonia. Sendo assim, a Emenda de Relator nº 2 passa a ter a redação que se segue em anexo.

Sala das Sessões, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

EMENDA DE RELATOR Nº 2

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....
 XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
 § 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.” (NR)

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática, em reunião ordinária realizada hoje, aprovou o Projeto de Lei nº 9.615/2018, com emendas, e a Emenda nº 1/2018 apresentada ao PL 9.615/2018, com subemenda, e rejeitou o PL 9.942/2018, e o PL 10.064/2018, apensados, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Professor Pacco, com Complementação de Voto.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Roberto Alves - Vice-Presidente, Celso Pansera, Cleber Verde, Eduardo Cury, Marcos Soares, Missionário José Olímpio, Professor Pacco, Ricardo Izar, Rodrigo de Castro, Ronaldo Martins, Sandro Alex, Takayama, Tia Eron, Vitor Lippi, André Figueiredo, Fábio Sousa, Izalci Lucas, Josué Bengtson, Luiz Lauro Filho, Milton Monti, Newton Cardoso Jr, Pr. Marco Feliciano, Thiago Peixoto e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício

EMENDAS ADOTADAS PELA COMISSÃO

EMENDA Nº 1 DE 2018

Acrescente-se o seguinte art. 2º ao PL nº 9.615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

“Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;
2. entre 9h (nove horas) e 15h (quinze horas), aos sábados;

b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;

c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;

d) disponibilizar tecla de opção ao consumidor para que a empresa o coloque em seu cadastro telefônico de consumidores que não receberão a oferta por quatro meses.

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;

c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;

d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;

e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;

f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.” (NR)

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício

EMENDA Nº 2 DE 2018

Dê-se ao art. 1º do PL nº 9.615/2018 a seguinte redação:

Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

.....
XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do *caput* no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.” (NR)

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

ROBERTO ALVES
Presidente em exercício

EMENDA Nº 3 DE 2018

Altere-se a Emenda nº 1/2018-CCTCI, acrescentando o seguinte art. 3º ao PL nº 9615/2018, renumerando-se os demais artigos:

Art. 3º O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social

do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

Sala da Comissão, em 11 de dezembro de 2018.

Deputado ROBERTO ALVES
Presidente em exercício

COMISSÃO DE DEFESA DO CONSUMIDOR
EMENDA 1 AO PROJETO DE LEI 9.942/2018

Art. 1º O artigo 1º do Projeto de Lei passa a vigorar da seguinte forma:

“Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar acrescida do seguinte art. 33-A:

Art. 33-A. O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá obedecer às seguintes regras:

I – são obrigações do fornecedor:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1.;
2. entre 10h (dez horas) e 16h (dezesesseis horas), aos sábados;

b) disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços oferecidos pela empresa;

c) nos contatos telefônicos com o consumidor:

1. *informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;*
2. *em seguida, aferir a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno;*

d) em qualquer contato telefônico com o consumidor, seja com voz presencial, gravada, mecanizada ou digital, disponibilizar tecla que interrompa a chamada e que retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing da empresa pelo período de 4 (quatro) meses, prazo no qual o contato será vedado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar telemarketing ativo por meio de números telefônicos ou por

meio eletrônico que não possam receber retorno do consumidor;

- b) realizar, por meio eletrônico ou telefônico, contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;*
- c) reiterar a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado, ressalvado o disposto na alínea “b” do inciso I;*
- d) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o verdadeiro objetivo for a venda;*
- e) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia;*
- f) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.*

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º Aplica-se o disposto na alínea “a” do inciso I do caput às entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades.

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

JUSTIFICAÇÃO

O presente Projeto de Lei, cuja origem é o Projeto de Lei do Senado nº 48/2018, de autoria do Senador Roberto Muniz, tem como objeto a regulamentação da utilização do telemarketing ativo e nos parece ter importante mérito no aperfeiçoamento do relacionamento com o consumidor.

O projeto é inspirado nas práticas do Código de Ética do Programa de Auto-Regulamentação do Setor de Relacionamento – PROBARE, conforme declara o autor do projeto no texto de sua proposição. Este fato reforça a qualidade da regulamentação proposta uma vez que tem embasamento nas boas práticas da atividade previstas e testadas na auto-regulamentação. Ao mesmo tempo, esta proposta legislativa tem o mérito de tornar obrigatório o cumprimento destas regras éticas para todas as empresas ofertantes de produtos e serviços e não somente para aqueles que aderiram a essa auto-regulamentação.

Contudo, entendemos que é oportuno o aperfeiçoamento do projeto no tocante ao horário para contato aos sábados, previsto no item 2 do inciso I, do Art. 33-A do Código de Defesa do Consumidor.

O Código de Ética do PROBARE, no qual se baseia este projeto, indica como melhor prática o horário de oferta de segunda a sexta-feira, das **9h às 21h** horas, e aos sábados das **10h às 16h**. Este horário leva em conta a jornada de trabalho de 6 (seis) horas diárias para a atividade de telemarketing. A redução deste horário ficaria em dissonância com o regime de trabalho, promovendo ociosidade e demissões, o que não é desejado, especialmente neste momento econômico e por se tratar do setor que mais emprega a mão-de-obra jovem e se estabelecem em regiões menos favorecidas do país.

Nesta linha, entendo que a contribuição ofertada oferece um importante aperfeiçoamento ao projeto, ao mesmo tempo em que reforça seu mérito.

Diante do exposto, solicito o apoio de meus ilustres pares para a aprovação desta emenda.

Sala da Comissão, em 18 de abril de 2018.

Deputado TENENTE LÚCIO

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018
(Apensado: PL nº 9.942/2018)

EMENDA MODIFICATIVA Nº 01/2018

Dê-se ao art. 1º do Projeto a seguinte redação:

"Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

'Art. 39

.....

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o

cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 90 (noventa) dias.

§4º Não se aplica o disposto no inciso XV às entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.' (NR)''

JUSTIFICAÇÃO

A importância das entidades beneficentes e de assistência social para a população é inquestionável, uma vez que desempenham papel essencial no atendimento de pessoas em situação de vulnerabilidade ou de risco social ou pessoal. Tais entidades colaboram, inclusive, com a prestação de auxílio em setores nos quais o Estado não consegue suprir a necessidade dos cidadãos, tais como saúde, educação e assistência social. Segundo informação do Ministério da Saúde, no âmbito do SUS, o setor filantrópico executa o maior quantitativo de cirurgias oncológicas, neurológicas e transplantes⁵.

Assim, justamente por reconhecer a relevância do trabalho prestado pelas entidades referidas, a legislação pátria tem tido o cuidado de excetuar as entidades beneficentes e de assistência social das obrigações impostas a outros tipos de pessoas jurídicas.

Lembramos que as organizações beneficentes não têm finalidade lucrativa, dependendo da captação de doações, as quais são obtidas, na quase totalidade das vezes, da soma de pequenas doações, auferidas por meio do contato telefônico ativo ou receptivo.

De fato, o objetivo dessas instituições é completamente diferente daquele buscado por empresas comerciais. Por isso, é legítimo que apenas estas últimas, na condição de fornecedores de produtos e serviços, sejam submetidas à regra proposta no presente projeto. Somos a favor da imposição de restrições a empresas que realizam telemarketing, para proteger o direito do consumidor de não ser incomodado no seu dia a dia com ofertas de produtos ou serviços que não deseja. No entanto, entendemos que a atividade beneficente não se enquadra no tipo de relação abordada pela proposta legislativa, motivo pelo qual sugerimos a presente emenda.

A nossa preocupação, portanto, é a de excetuar as entidades beneficentes da regra proposta em razão da atividade de extrema relevância por elas praticada. Certos de contribuir para o aperfeiçoamento da iniciativa, para a manutenção da harmonia da legislação, assim como para o bem de toda a população

⁵ <http://www.brasil.gov.br/saude/2016/07/ministerio-da-saude-certifica-104-entidades-beneficentes>

assistida pelas entidades beneficentes e de assistência social, contamos com o apoio dos nobres pares para a aprovação da presente Emenda.

Sala da Comissão, em 17 de abril de 2018.

Deputado VALTENIR PEREIRA

EMENDA 02 AO PROJETO DE LEI 9.615/2018
EMENDA ADITIVA

Art. 1º O artigo 1º do Projeto de Lei passa a vigorar da seguinte forma:

“Art. 1º O art. 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 39.

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

§ 1º (antigo parágrafo único)

§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§3º O cadastro telefônico de proibição terá prazo de validade de 1 (um) ano para inclusão dos números de telefones móveis e fixos, devendo os consumidores ratificarem o cadastro superado o período de validade.

§4º As empresas de telefonia devem comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor a mudança de titularidade dos números de telefones móveis e fixos para que seja efetuada a exclusão automática.

§ 5º O Poder Executivo regulamentará a aplicação do cadastro telefônico previsto no inciso XV do artigo 39.” (NR)

Art. 2º Esta Lei entra em vigor em 180 dias da sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

O Projeto de Lei nº 9.615/2018, cuja origem é o Projeto de Lei do Senado nº 420/2017, de autoria do Senador Laiser Martins, tem como objeto vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

É importante destacar que o presente projeto é uma iniciativa de suma importância para o aprimoramento da relação com os consumidores. Ao mesmo tempo, nos parece possível o aperfeiçoamento em questões pontuais.

Vislumbramos que é importante estabelecer um prazo de validade para a exclusão do referido cadastro telefônico. Assim entendemos porque a realização do contato para a oferta de produtos e serviços oportuniza vantagens ao consumidor, com condições favoráveis de preços e de contratação dos mais diversos tipos de produtos e serviços. A evidência deste fato é a própria existência deste tipo de oferta, já que certamente não seria realizada se o índice de contratação pelos consumidores fosse reduzido. Sendo assim, a restrição de realização de ofertas pelo período de 1 (um) ano nos parece adequado para aperfeiçoar a relação com o consumidor e, ao mesmo tempo, manter o canal de oferta de vantagens na compra de produtos e contratação de serviços.

Ao mesmo tempo, é importante que o cadastro tenha eficácia para com os titulares das linhas telefônicas que manifestaram o seu desejo de integrá-lo. Neste sentido, nos parece coerente que com a mudança de titularidade de certa linha telefônica, haja a exclusão da mesma do referido cadastro.

Outro aspecto importante do projeto é a questão da implementação do referido cadastro. Entendemos que em respeito ao princípio da separação de poderes, a técnica legislativa adequada é prever a competência do Poder Executivo para regulamentar a implantação do mesmo.

Por fim, nos parece adequado prever o prazo mais amplo para a implantação deste Projeto de Lei, haja vista a necessidade de ajuste dos esforços públicos e privados para viabilizá-la efetivamente, o que inclui a criação de mecanismos de trocas de informação, de atualização do cadastro, entre outros desafios tecnológicos e operacionais. Nesta linha, sugerimos que a Lei entre em vigor em 180 (cento e oitenta) dias da sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2018.

Deputado TENENTE LÚCIO

I – RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa a alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa

do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção

de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo. A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeita-se à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e ainda à apreciação da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Nesta Comissão de Defesa do Consumidor, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda o PL 9.942/2018, apensado. A Emenda nº 1/2018, de autoria do nobre Deputado Valtenir Pereira, propõe a não aplicação do disposto no projeto principal a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma disposta na Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.

A Emenda nº 2/2018, apresentada pelo nobre Deputado Tenente Lúcio, propõe que o cadastro sugerido no projeto principal tenha validade de 1 (um) ano, devendo os consumidores ratificarem a proibição de contato após tal período. A emenda dispõe também que as empresas de telefonia deverão comunicar aos órgãos públicos de defesa do consumidor sobre a mudança de titularidade dos números de telefone móveis e fixos, a fim de que seja efetuada a exclusão automática do cadastro. Por fim, a emenda prevê que o Poder Executivo regulamentará a aplicação do cadastro previsto pelo projeto principal e que a proposição, uma vez aprovada, entrará em vigor no prazo de cento e oitenta dias.

A Emenda nº 1/2018, apresentada ao apensado, PL 9.942/2018,

acrescenta o Art. 33-A à Lei 8.078, de 1990, para ampliar o horário de realização de ligações aos sábados até as 16 horas.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

O projeto principal e seus apensados tratam da oferta pelos fornecedores, de produto ou serviço por meio de chamada telefônica ou mensagem de texto, com a utilização do telemarketing ativo. As propostas visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetidos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

Não raro o consumidor se sente verdadeiramente importunado durante a sua rotina de trabalho ou de lazer pela quantidade de contatos que os fornecedores fazem em um só dia. A maior parte dos consumidores sequer autorizou qualquer tipo de contato pelos números de telefone fixos ou móveis. De fato, embora muitos deles manifestem o total desinteresse pelas ofertas, os fornecedores insistem em entrar em contato telefônico, perturbando a vida particular dos cidadãos.

Com o intuito de defender o consumidor da impertinência das empresas que utilizam o telemarketing ativo, os projetos nº 9.615 (principal) e nº 9.942 (apensado), ambos de 2018, dispõem sobre a proibição de os fornecedores entrarem em contato com os consumidores que tiverem previamente manifestado o desinteresse em receber ofertas por meio telefônico.

Contudo, entendemos que o Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), disciplina a matéria de forma mais abrangente e completa do que o projeto principal, prevendo várias regras dirigidas aos fornecedores para a utilização do telemarketing ativo.

Nesse sentido, o referido projeto propõe a proibição do oferecimento de produtos ou serviços antes do prazo de seis meses do seu cancelamento pelo consumidor, da reiteração de oferta já recusada pelo consumidor, da utilização de pesquisa ou serviço similar como pretexto para vendas, da realização de mais de três contatos por dia para o consumidor, bem como da realização de chamadas aleatórias ou para números sequenciais.

A iniciativa ainda prevê a limitação dos horários para contato; o dever de disponibilização de canal direto e facilitado como o consumidor; regras para contato telefônico com o consumidor, tais como informação imediata do nome do operador e

de contato para retorno; e a possibilidade de interrupção da chamada e de retirada do contato do consumidor do cadastro de telemarketing da empresa pelo período de quatro meses.

Assim, somos favoráveis à aprovação do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), pois é essencial a atuação do Legislativo na defesa do consumidor, considerando que os abusos têm sido reiterados.

Com relação ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, compreendemos a intenção do autor da iniciativa, pois, de fato, a evolução tecnológica no campo do telemarketing ativo permitiu a utilização de sistemas para maximizar a capacidade de oferta. Dessa forma, o mal-uso dessas ferramentas pelo fornecedor vem gerando aborrecimento aos consumidores pelas frequentes e inoportunas ligações, que, muitas vezes, são abandonadas ou não têm a contrapartida de um atendente. No entanto, acreditamos que o assunto poderá ser melhor tratado em regulamentação pelo Poder Executivo, porquanto o tema se relaciona mais com este tipo de norma, em razão dos pormenores técnicos envolvidos e da maior facilidade de adaptação do normativo às mudanças constantes das práticas de mercado.

Além disso, entendemos que o devem constar no Código de Proteção e Defesa do Consumidor apenas as disposições indispensáveis para a proteção dos consumidores, deixando as demais prescrições a cargo da regulamentação pelos órgãos competentes.

Com relação às emendas apresentadas, somos desfavoráveis à sua aprovação por considerar que a proposta do Projeto nº 9.942, de 2018 (apensado), é a solução mais adequada à realidade, uma vez que tornará possível ao consumidor a opção de retirada do seu contato apenas do cadastro de telemarketing das empresas das quais ele não deseja receber ofertas.

Portanto, tendo em conta que as investidas dos fornecedores por meio telefônico se tornaram uma prática extremamente incômoda, apoiamos a inclusão no Código de Defesa do Consumidor de regras a respeito do telemarketing ativo, com o intuito de resguardar os consumidores dos eventuais abusos cometidos pelos fornecedores.

Por isso, com a certeza de contribuir para a melhoria do arcabouço legislativo de proteção do consumidor, **nosso parecer é pela APROVAÇÃO do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), pela rejeição da Emenda 01/2018 CDC a este apresentada, e pela REJEIÇÃO dos Projetos de Lei nº 9.615, de 2018 (principal) e nº 10.064, de 2018 (apensado), e das Emendas nº 1/2018 e 2/2018**

CDC apresentadas ao PL 9.615/2018.

Sala da Comissão, em 13 de junho de 2018.

Deputado **DELEY**
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Defesa do Consumidor, em reunião extraordinária realizada hoje, rejeitou o PL 9.615/2018, o PL 10.064/2018, apensado, as Emendas nºs 1 e 2/2018 apresentadas ao principal, a Emenda 1/2018 apresentada ao PL 9.942/2018, e aprovou o PL 9.942/2018, apensado, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Deley.

Estiveram presentes os Senhores Deputados: Jose Stédile - Presidente, Vinicius Carvalho e José Carlos Araújo - Vice-Presidentes, Aureo, Cabo Sabino, Carlos Sampaio, César Halum, Chico Lopes, Givaldo Carimbão, Irmão Lazaro, Maria Helena, Rodrigo Martins, Weliton Prado, Adelmo Carneiro Leão, Betinho Gomes, Deley, Flaviano Melo, João Carlos Bacelar, Júlio Delgado, Márcio Marinho, Marcos Reategui, Valtenir Pereira, Walter Ihoshi e Wolney Queiroz.

Sala da Comissão, em 20 de junho de 2018.

Deputado **JOSE STÉDILE**
Presidente

PROJETO DE LEI N.º 23, DE 2019
(Dos Srs. Weliton Prado e Aliel Machado)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o cadastramento de códigos de acesso de serviço de telecomunicações para bloqueio de recebimento de chamadas de telemarketing.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do

Consumidor, passa a vigorar acrescida dos artigos 45-A, 45-B e 45-C, com as seguintes redações:

“Seção VII

Do Telemarketing

Art. 45-A. Os consumidores poderão solicitar, junto ao órgão de defesa do consumidor estadual ou municipal, o cadastramento de código de acesso de serviço de telecomunicações de sua titularidade em lista de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing.

§1º O cadastramento se dará mediante o fornecimento de dados suficientes para comprovação da titularidade do código de acesso, nos termos da regulamentação.

§2º O consumidor poderá solicitar o descadastramento de código de acesso da lista de códigos bloqueados a qualquer tempo, e pelos mesmos meios disponíveis para a realização do cadastramento.

Art. 45-B Qualquer pessoa jurídica poderá verificar, junto ao órgão responsável pela administração do cadastro de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing, a inscrição de determinado código de acesso no cadastro previsto no art. 45-A.

Art. 45-C Os fornecedores de produtos e serviços não poderão contatar o consumidor utilizando código de acesso cadastrado há mais de 15 (quinze) dias na lista de que trata o art. 45-A, diretamente ou por meio de terceiros, com o objetivo de realizar qualquer tipo de publicidade ou oferta.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação

JUSTIFICAÇÃO

Os vendedores e comerciantes, em seu esforço por disputar a atenção dos potenciais consumidores, têm lançado mão de estratégias progressivamente mais agressivas de marketing. Panfletos, cartazes, painéis e outdoors ocupam cada vez mais as paredes e os espaços das cidades brasileiras, bombardeando incessantemente o cidadão com ofertas as mais diversas. Da mesma forma, os jornais impressos estão cada vez mais preenchidos por publicidade e menos por informação, e os programas de televisão se encolhem diante o inchaço dos intervalos comerciais.

Ainda que o panorama apresentado seja por vezes incômodo e digno de preocupação, é notável que todas as plataformas de propaganda elencadas possuem uma característica em comum: garantem a preservação da intimidade e da tranquilidade do consumidor. Assim, ainda que se possa não gostar da realidade apresentada, a princípio o cidadão possui meios de se proteger de todo o assédio publicitário levado a

cabo por esses meios.

Bastante diversa é a situação do assinante de serviços de telefonia fixa ou móvel. Qualquer brasileiro que possui um telefone já teve a experiência de ser importunado, muitas vezes no âmago de seu próprio lar, pela incansável patrulha das operações de telemarketing. Há ainda como agravante nessas práticas a recorrência, muitas vezes diária, nos contatos telefônicos, tipicamente trazendo as mesmas ofertas e os mesmos produtos de forma incessante. A legislação pátria não oferece qualquer proteção contra esse abuso ao cidadão, que permanece à mercê da importunação insistente dos call centers.

É com o objetivo de aplacar esse tipo de assédio que trazemos o presente projeto de lei. A proposta promove a inclusão de uma nova seção na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para tratar especificamente das práticas de telemarketing, contendo três artigos. Os dispositivos inseridos garantem ao consumidor o direito de cadastrar seu número telefônico em uma lista de códigos bloqueados para recebimento de chamadas de telemarketing, ao mesmo tempo que proíbe os fornecedores de produtos e serviços, diretamente ou por meio de terceiros, de realizarem chamadas de telemarketing para os números cadastrados nessa lista. Optamos por determinar a proibição da realização de chamadas de telemarketing apenas quinze dias após o cadastramento do número na lista. Esse interstício foi escolhido de forma a garantir às empresas que praticam o telemarketing um período para atualizarem suas listas de discagem sem estarem, ainda, incorrendo em infração ao Código.

Ante o exposto, pedimos apoio dos Nobres Parlamentares para a aprovação deste Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 04 de fevereiro de 2019.

WELITON PRADO
DEPUTADO FEDERAL – PROS/MG

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 VI
Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores
.....

Art. 45. (VETADO).

.....
CAPÍTULO VI
DA PROTEÇÃO CONTRATUAL

Seção I
Disposições Gerais

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.
.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 2.369, DE 2019
(Do Sr. Jorge Braz)

Dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências.

Art. 2º Para fins desta Lei, aplicam-se as seguintes definições:

I – Telemarketing: utilização do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Pessoal, de aplicações de internet ou de outros serviços de telecomunicações, para a propagação, por meio de voz, texto ou mensagens multimídia, de atividades de cunho publicitário relativas à oferta de bens e serviços.

II – Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing: base de dados única em todo o território nacional que contém os dados necessários à viabilização do bloqueio do envio de chamadas telefônicas, de mensagens de texto, de mensagens multimídia ou de outras formas de comunicações telemáticas destinadas aos assinantes que, de maneira voluntária, manifestarem recusa de recebimento de contatos com fins de telemarketing.

III – Código de Acesso de Usuário: Código de Acesso com formato padronizado, de acordo com as normas emanadas pelo órgão regulador, que identifique o serviço ao qual o código está vinculado bem como, de forma unívoca, um usuário ou terminal de uso e o serviço ao qual está vinculado.

IV - Entidade Administradora: pessoa jurídica independente e de neutralidade comprovada.

Art. 3º As prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações que venham a ser criados deverão instituir e manter, às suas expensas, Entidade Administradora específica e única, que terá por objetivo a execução dos procedimentos relativos à criação, manutenção e operação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, bem como a manutenção da confidencialidade das informações do Cadastro.

§ 1º As prestadoras descritas no *caput* são responsáveis pelos ônus decorrentes da contratação da Entidade Administradora específica para a execução dos procedimentos relativos à criação, manutenção e operação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 2º A Entidade Administradora prevista no *caput* deverá ser pessoa jurídica dotada de independência administrativa, autonomia financeira e patrimonial, e neutralidade decisória; ser constituída segundo as leis brasileiras, com sede e administração no país; ter prazo de duração indeterminado; e ter a responsabilidade pelo dimensionamento, contratação, especificação, planejamento e administração dos equipamentos e sistemas para a implementação, funcionamento e acessibilidade do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

Art. 4º As prestadoras do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Celular, do Serviço Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações são responsáveis pela inclusão dos Códigos de Acesso de Usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing dos usuários que, de maneira voluntária, optarem por tal inclusão.

Parágrafo único: As prestadoras de que trata o *caput* deste artigo deverão dar ampla publicidade, nos meios de comunicação e em seus portais na internet, sobre o Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, que poderá ser acessado livremente pelos usuários, de maneira gratuita, no mínimo por meio dos seguintes canais:

I – serviço de atendimento telefônico;

II – serviço disponível via internet, acessível por meio de link disponibilizado de maneira ostensiva na página principal da operadora na internet;

III – nos pontos de atendimento presencial disponibilizados pela operadora.

Art. 5º Os usuários do Serviço Telefônico Fixo Comutado, do Serviço Móvel Pessoal e de outros serviços de telecomunicações que não desejarem receber ligações ou mensagens telefônicas realizadas com a finalidade de telemarketing deverão solicitar a inclusão dos seus códigos de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 1º A solicitação de que trata o *caput* deste artigo deverá ser apresentada pelos usuários junto às operadoras das quais são clientes, por meio de um dos canais previstos no parágrafo único do art. 4º.

§ 2º As operadoras e a Entidade Administradora terão o prazo de 48 horas para efetivar a inclusão do código de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

Art. 6º Os responsáveis pela realização de ligações ou envio de mensagens com finalidade de telemarketing só poderão efetuar chamadas ou enviar mensagens para os terminais cujos códigos de acesso de usuário não constem no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing.

§ 1º Toda e qualquer ação de telemarketing deverá incluir, no início da ligação telefônica, da mensagem de texto ou da mensagem multimídia, informação que alerte expressamente o receptor que aquela comunicação se trata de uma ação de telemarketing.

§ 2º O texto e demais características técnicas da informação prevista no § 1º serão estabelecidas em regulamento.

Art. 7º O usuário que receber ligações, mensagens de texto ou mensagens multimídia que contenham ações de telemarketing após a confirmação da

inclusão dos seus códigos de acesso de usuário no Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing poderá registrar ocorrência do fato junto aos órgãos de defesa do consumidor estaduais ou municipais, informando o dia, horário, número da linha que recebeu a ação de telemarketing, nome da empresa anunciante e, sempre que possível, o código de acesso de usuário originador do contato.

Art. 8º O descumprimento dos termos previstos nesta Lei sujeitará os infratores, incluindo os responsáveis pela ação de telemarketing, a empresa responsável pela comunicação e o anunciante do bem ou serviço ofertado, às sanções previstas na Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências.

Art. 9º O disposto nesta Lei não se aplica:

I – às organizações de assistência social, educacional, religiosa e hospitalar sem fins lucrativos, portadoras do título de utilidade pública e que atuem em nome próprio, como entidade geradora de ligação telefônica; e

II – aos órgãos governamentais federais, estaduais e municipais.

III - Partidos políticos e seus candidatos em período eleitoral.

Art. 10º Esta lei entra em vigor 180 (cento e oitenta) dias após a data da sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Um estudo realizado em 2018 em toda a América Latina por uma empresa que desenvolve soluções para o bloqueio de ligações indesejadas mostrou que o Brasil é um dos países mais afetados pela disseminação do telemarketing. Segundo o estudo, o brasileiro recebe, em média, 37,5 chamadas indesejadas por mês – ou seja, mais de uma por dia. Trata-se um número superior ao dobro da média observada nos demais países latino-americanos que integram o estudo. Grande parte dessas ligações (33%) é originada pelas próprias operadoras de telefonia, que utilizam seus acessos privilegiados às bases de dados de clientes para oferecer uma infinidade de produtos e serviços aos seus usuários, muitas vezes de maneira insistente e desrespeitosa. Em seguida vêm as empresas de cobrança, com 22% do tráfego total de ligações indesejadas originadas.

Apesar dos números impressionantes relativos à geração de telefonemas indesejados, a difusão de mensagens de SMS com conteúdo publicitário não requerido pelos usuários é ainda mais intensa. Segundo o mesmo estudo, aproximadamente 45% dos torpedos de celular enviados no Brasil em 2018 são

spams, disseminados em sua maioria por empresas especializadas, que muitas vezes utilizam bases de dados adquiridas de terceiros de maneira lícita ou ilícita. Com o desenvolvimento tecnológico recente, que possibilita a utilização cada vez mais intensa de robôs não apenas para o envio de mensagens SMS, mas também para a efetivação de ligações telefônicas, espera-se um forte aumento no já alto número de contatos indesejados realizados por meio de ferramentas de telemarketing.

Exatamente por isso, é necessária uma intervenção decisiva do Poder Público, com vistas a mitigar esse problema que vem gerando desconforto a uma parte considerável da população brasileira. Mais que isso: a utilização exagerada de ferramentas de telemarketing está a congestionar os canais de comunicação brasileiros, contribuindo assim para uma sensível deterioração da disponibilidade e da qualidade das telecomunicações. No caso das mensagens de SMS, por exemplo, não há exagero em se afirmar que algo próximo da metade da infraestrutura disponibilizada pelas operadoras para essa tecnologia está sendo ocupada com o envio de mensagens indesejadas. Desse modo, esse serviço essencial, muito utilizado no exterior para o envio, por exemplo, de mensagens de emergência originadas por órgãos relacionados à defesa civil, termina por ser desvirtuado pela ação massiva de empresas de telemarketing.

Felizmente, já existem no território nacional algumas ações efetivas para o combate ao uso indiscriminado das ferramentas de telemarketing. Citemos, por exemplo, o Cadastro para Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, disponibilizado pela Fundação Procon de São Paulo. Esse cadastro permite que consumidores titulares de linhas telefônicas no Estado de São Paulo inscrevam seus respectivos números na base de dados administrada pelo Procon/SP, evitando assim o recebimento de chamadas de empresas de telemarketing.

Tal medida exitosa poderia ser replicada em todo o Brasil, de modo a coibir de maneira abrangente a disseminação de ligações indesejadas que são efetuadas todos os dias. Mas, para tanto, é necessária a criação de uma política robusta, que possa gerar um banco de dados único e de aplicação nacional para estações impedidas de receberem ligações provenientes de empresas de telemarketing. É com fins à implantação desta política pública que apresentamos o presente projeto de lei, que dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências. A principal ação do projeto é a criação de uma base de dados única em todo o território nacional que contém os dados necessários à viabilização do bloqueio do envio de chamadas telefônicas, de

mensagens de texto, de mensagens em aplicações de internet ou de outras formas de comunicações telemáticas destinadas aos assinantes que, de maneira voluntária, manifestarem recusa de recebimento de contatos com fins de telemarketing. Tendo em vista o grave cenário fiscal brasileiro, estabelecemos que a obrigação pela constituição da entidade que administrará tal base de dados ficará a cargo das próprias operadoras de telefonia, evitando assim que haja qualquer dispêndio de recursos públicos na implantação dessa política pública.

A proposta estabelece ainda que as suas regras não são aplicáveis aos órgãos governamentais nem às organizações de assistência social, educacional, religiosa e hospitalar sem fins lucrativos, portadoras do título de utilidade pública. Tal isenção tem por objetivo proteger a atuação desses entes, cujas ações realizadas por meio dos serviços de telecomunicações são de eminente utilidade pública, não devendo, portanto, sofrer as limitações que pretendemos aplicar às ações de telemarketing de cunho comercial.

Desse modo, com a certeza da conveniência e oportunidade do presente projeto de lei, conclamo o apoio dos nobres Parlamentares na sua aprovação.

Sala das Sessões, em 16 de abril de 2019.

Deputado JORGE BRAZ

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

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 I
DISPOSIÇÕES GERAIS

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.

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.

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....

COMISSÃO DE CONSTITUIÇÃO E JUSTIÇA E DE CIDADANIA

I – RELATÓRIO

Trata-se do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 420, de 2017, de autoria do ilustre Senador Lasier Martins, que visa à alteração do artigo 39 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), para vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta. A proposição principal propõe a inclusão do inciso XV ao art. 39 do Código de Defesa do Consumidor, incluindo no rol das práticas abusivas, vedadas ao fornecedor, a oferta de produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

A iniciativa dispõe, ainda, que o referido cadastro telefônico incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem a inclusão, a qual deverá ser feita sem custo. Por fim, o projeto prevê que o cadastro será implantado pelos órgãos de defesa do consumidor no prazo de noventa dias.

Apensado ao projeto principal, encontra-se o Projeto nº 9.942, de 2018, originário do Projeto de Lei do Senado nº 48, de 2018, de autoria do ilustre Senador Roberto Muniz, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras de telemarketing ativo e qualificar como abusiva a sua não observância.

O projeto apensado propõe a inclusão do art. 33-A ao Código de Defesa do Consumidor, definindo que o fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá limitar as ligações ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados; disponibilizar canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico ou eletrônico, para a retirada ou inserção em cadastro de oferta; informar imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome

fantasia da empresa na ligação ao consumidor; e disponibilizar tecla que interrompa a chamada e retire o contato do consumidor do cadastro de telemarketing pelo período de quatro meses.

A proposição ainda veda ao fornecedor a realização de telemarketing ativo por meio telefônico ou eletrônico que não permita o retorno do consumidor; o contato para o oferecimento de produtos cancelados pelo consumidor durante o período de seis meses após o encerramento do contrato; a reiteração de oferta a consumidor que já tenha manifestado a sua recusa; a utilização de pesquisa, sorteio ou serviço similar a pretexto de venda; a realização de mais de três chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia; a realização de chamadas aleatórias para números sequenciais.

Finalmente, a iniciativa considera abusivo o telemarketing ativo que não cumprir as regras estipuladas e dispõe que as entidades portadoras do Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem o serviço de telemarketing como meio de manutenção de suas atividades também deverão restringir os horários de contato com o consumidor ao período de 9h às 21h de segunda a sexta-feira e de 10h às 13h aos sábados.

Também foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, de autoria do nobre Deputado Rômulo Gouveia, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o telemarketing ativo. A iniciativa acrescenta ao Código de Defesa do Consumidor o art. 33-A, para dispor que as campanhas de telemarketing ativo deverão garantir taxa máxima de abandono de ligações, no termo de regulamentação. O projeto prevê, ainda, com relação às ligações atendidas pelo consumidor, mas abandonadas pelos fornecedores, que o consumidor deve ser informado do nome fantasia do fornecedor e do seu telefone para contato; e que o consumidor não poderá receber outras ligações no período de setenta e duas horas, exceto se houver garantia de um atendente no momento de completar a chamada. Por último, o projeto estabelece que as ligações efetuadas nas campanhas de telemarketing ativo deverão tocar por pelo menos quinze segundos.

No dia 08/02/2019 foi apensado ao projeto principal o Projeto de Lei nº 23, de 2019, de autoria do deputado Weliton Prado, que altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing. De modo semelhante aos projetos em exame, também busca estabelecer regramento para o recebimento de chamadas de telemarketing por meio de um cadastramento de códigos de acesso de serviço de telecomunicações. Ao mesmo tempo, proíbe os

fornecedores de produtos e serviços, diretamente ou por meio de terceiros, de realizarem chamadas para os números cadastrados na lista. O projeto determina ainda que a proibição da realização de chamadas de telemarketing apenas quinze dias após o cadastramento na referida lista, além de permitir o descadastramento, a qualquer tempo, por parte do consumidor.

A matéria tramita em regime de prioridade e sujeitava-se inicialmente à apreciação conclusiva das Comissões de Defesa do Consumidor (CDC); e da Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), nos termos do art. 54 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados. Em 6/11/2018, a Mesa Diretora deferiu o Requerimento nº 9.214/2018, para incluir também o exame pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI), observada a ordem inicial de distribuição do despacho.

Na CDC, foram apresentadas, no prazo regimental, duas emendas ao projeto principal e uma emenda ao PL 9.942/2018, apensado. O Parecer da CDC, de relatoria do Deputado Deley, foi pela aprovação do PL 9.942/2018 (apensado) e pela rejeição do PL 9.615/2018 (principal), das Emendas 1/2018 CDC e 2/2018 CDC a ele apresentadas, do PL 10.064/2018 (apensado) e da Emenda 1/2018 CDC, apresentada ao PL 9.942/2018.

No âmbito da CCTCI, o parecer foi pela aprovação do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018 (principal), da Emenda nº 1/2018 CCTCI, na forma da subemenda 1 CCTCI, e das emendas 1 CCTCI e 2 CCTCI; e pela rejeição do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), e do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado). A Emenda nº 1/2018 CCTCI, na forma da subemenda 1 CCTCI, propõe a não aplicação do disposto no PL 9.615/2018 (principal) a entidades reconhecidas como beneficentes de assistência social, na forma da Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades, a qual foi acolhida por aquela Comissão. As Emendas 1 CCTCI e 2 CCTCI, aproveitaram as principais regras sobre o telemarketing ativo previstas no PL 9.942, de 2018 (apensado). No tocante ao Projeto de Lei nº 10.064, de 2018, entendeu a CCTCI que o tema seria melhor tratado em regulamentação do Executivo.

No dia 13/12/2018, a matéria foi distribuída à Comissão de Constituição e Justiça, onde não houve prazo para deliberação devido ao fim da 55ª Legislatura. O PL nº 9.942/2018, apensado, recebeu a emenda 01/2018, de autoria do nobre deputado Geovani Cherini, com o objetivo de evitar que as restrições propostas pelo PL atingisse as empresas de telemarketing.

Em virtude da aprovação de pareceres divergentes nas Comissões que

apreciaram o mérito das propostas, transferiu-se para o Plenário a competência para analisá-las, por força do disposto no art. 24, II, g, do Regimento Interno da Câmara dos Deputados.

Foram apensadas as seguintes proposições: o Projeto de Lei nº 23/2019, de autoria dos Deputados Weliton Prado e Aliel Machado que “Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para dispor sobre o bloqueio de chamadas de telemarketing”; e o Projeto de Lei nº 2.369/2019, de autoria do Deputado Jorge Braz, que “Dispõe sobre a criação do Cadastro Nacional de Números Impedidos para Ações de Telemarketing, estabelece normas acerca da comercialização e da veiculação de propagandas de bens e serviços por meio dos serviços de telefonia, e dá outras providências”.

II – VOTO DO RELATOR

Os projetos são constitucionais, pois a União tem competência concorrentemente com os Estados e o Distrito Federal para legislar sobre Direito do Consumidor, na forma do art. 24, V e VIII, da Constituição Federal. Ademais, não se trata de matéria de iniciativa reservada, nos termos do art. 61, § 1º, da Carta Magna.

No que toca à juridicidade, estão atendidos os requisitos de novidade, generalidade, abstração e coercibilidade da norma. Além disso, a matéria respeita os princípios gerais do direito que informam o sistema jurídico pátrio.

As regras regimentais desta Casa quanto ao processo legislativo estão atendidas, bem como os preceitos de técnica legislativa e redação, nos termos da Lei Complementar nº 95, de 1998.

De fato, urge que o Congresso Nacional legisle no sentido de estabelecer mecanismos que protejam o consumidor do marketing invasivo. Nesse sentido, é louvável a iniciativa das propostas ora em exame, pois visam proteger o consumidor dos incontáveis e repetitivos contatos feitos pelas empresas para o oferecimento dos seus produtos ou serviços.

As emendas nº 01/2018 e 02/2018, apresentadas ao projeto principal na CDC e a emenda 01/2018, apresentada ao apensado 9.942/2018, também na CDC, não foram acatadas pela Comissão. São, contudo, constitucionais e jurídicas e apresentam boa técnica legislativa.

Também são constitucionais, jurídicas e de boa técnica legislativa a emendas 01/2018 CCTCI, aprovada com submenda; e as duas emendas de relator aprovadas também na CCTCI.

Sorte igual não cabe à Emenda 01/2018, apresentada a esta CCJC pelo nobre deputado Giovani Cherini, que ao invadir o mérito da matéria incide em antirregimentalidade, sendo a emenda, portanto, injurídica.

Por fim, a título de sugestão para debate em plenário, uma vez que esta Comissão não poderá deliberar sobre o mérito deste projeto, ouso colacionar texto de consenso construído com entidades que atuam no setor de Telemarketing, inclusive com a participação de entidades de assistência social que utilizam central telefônica para manutenção de suas atividades, ressaltando que a votação deste parecer não corresponde à concordância ou mesmo à aprovação da sugestão que segue:

SUGESTÃO

DE SUBSTITUTIVO DO RELATOR AO PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

“O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 33-A. Considera-se telemarketing ativo a oferta de produtos e serviços realizados pelos fornecedores por meio de canais telefônicos.

I – O fornecedor de produtos ou serviços, ao realizar telemarketing ativo, deverá observar as seguintes regras:

a) limitar a realização de ligações aos seguintes horários:

1. entre 9h (nove horas) e 21h (vinte e uma horas), de segunda-feira a sexta-feira;

2. entre 10h (dez horas) e 16h (dezesesseis horas), aos sábados;

b) nos contatos telefônicos com o consumidor deverá ser informado imediatamente o nome do operador de telemarketing e o nome fantasia da empresa que este representa;

c) em seguida, deverá ser aferida a vontade do consumidor de prosseguir ou não com o atendimento e, em caso afirmativo, informar o número telefônico ou o meio eletrônico de contato para retorno, nos termos do regulamento;

II – é vedado ao fornecedor:

a) realizar contato com consumidor para oferecer produtos ou serviços por este cancelados, pelo prazo de 6 (seis) meses após o encerramento do contrato;

b) reiterar, pelo prazo de 60 (sessenta) dias, a mesma oferta de produto ou serviço, seja por meio de contato telefônico ou por meio eletrônico, a consumidor que já a tenha recusado;

c) utilizar pesquisa, sorteio ou serviço similar como pretexto quando o

verdadeiro objetivo for a venda;

- d) realizar mais de 3 (três) chamadas telefônicas ou contatos por meio eletrônico para o mesmo consumidor no mesmo dia, nos termos do regulamento;*
- e) realizar chamadas aleatórias ou para números sequenciais.*

§ 1º Considera-se abusivo o telemarketing ativo que não observar as regras estipuladas neste artigo.

§ 2º A limitação de horário de que dispõe a alínea “a” do inciso I deste artigo, não se confunde com jornada de trabalho regulamentada em legislação diversa.”

.....
 “Art. 39.

XV – ofertar produto ou serviço por telefone ou mensagem de texto a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

.....
§ 2º O cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput incluirá os números de telefones móveis e fixos dos consumidores que solicitarem tal inclusão, que será feita sem custos para o consumidor.

§ 3º O consumidor poderá solicitar o descadastramento do seu número de telefone móvel ou fixo a qualquer tempo, e pelos mesmos meios disponíveis para a realização do cadastramento.

§ 4º Os fornecedores de produtos e serviços não poderão contatar o consumidor cujo número esteja inscrito no cadastro telefônico de que trata o inciso XV do caput, há mais de 30 (trinta) dias, diretamente ou por meio de terceiros, com o objetivo de realizar qualquer tipo de publicidade ou oferta.

§ 5º Os órgãos públicos de defesa do consumidor implantarão o cadastro telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput no prazo de 180 (cento e oitenta) dias.” (NR)

Art. 2º *O disposto nesta Lei não se aplica às entidades portadoras de Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social de que trata a Lei nº 12.101, de 27 de novembro de 2009, que estejam inscritas no conselho de assistência social do Distrito Federal ou no conselho municipal de assistência social na cidade onde está instalada sua sede, que utilizem central telefônica como meio de manutenção de suas atividades.”*

Ante o exposto, votamos pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica legislativa do Projeto de Lei nº 9.615, de 2018 (principal), do Projeto de Lei nº 9.942, de 2018 (apensado), do Projeto de Lei nº 10.064, de 2018 (apensado), do Projeto de Lei nº 23, de 2019 (apensado) e do Projeto de Lei nº 2.369/2019.

Igualmente, votamos pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e boa técnica legislativa das Emendas 01/2018 e 02/2018, apresentadas na CDC ao PL 9615/2018, da Emenda 01/2018 apresentada na CDC ao PL 9.942/2018; da Emenda 1/2018 apresentada na CCTCI e da subemenda à Emenda 01/2018 CCTCI (adotada como Emenda pela Comissão), das Emendas 1/2018 e 2/2018, apresentadas pelo relator na CCTCI e também adotadas pela Comissão. Votamos, finalmente, pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da emenda 01/2018, apresentada na CCJC.

Sala das Sessões, em de de 2019.

Deputado **Valtenir Pereira**
Relator

III - PARECER DA COMISSÃO

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, em reunião ordinária realizada hoje, opinou pela constitucionalidade, juridicidade, regimentalidade e técnica legislativa do Projeto de Lei nº 9.615/2018 e dos Projetos de Lei nºs 9.942/2018, 10.064/2018, 23/2019 e 2.369/2019, apensados; das Emenda nºs 1/2018 e 2/2018 apresentadas na Comissão de Defesa do Consumidor ao PL 9.615/2018; da Emenda nº 1/2018 apresentada na Comissão de Defesa do Consumidor ao PL 9942/2018, apensado; da Emenda nº 1/2018 apresentada na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; das emendas aprovadas pela Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática; e pela constitucionalidade, injuridicidade e antirregimentalidade da Emenda nº 1/2018 ao PL 9942/2018, apensado, apresentada nesta Comissão, nos termos do Parecer do Relator, Deputado Valtenir Pereira.

Estiveram presentes os Senhores Deputados:

Felipe Francischini - Presidente, Bia Kicis - Vice-Presidente, Afonso Motta, Aguinaldo Ribeiro, Alencar Santana Braga, Beto Rosado, Bilac Pinto, Caroline de Toni, Celso Maldaner, Daniel Freitas, Danilo Cabral, Darci de Matos, Delegado Marcelo Freitas, Delegado Waldir, Diego Garcia, Edilázio Júnior, Eduardo Cury, Enrico Misasi, Fábio Trad, Geninho Zuiliani, Gilson Marques, Herculano Passos, Hiran Gonçalves, João H. Campos, João Roma, Joenia Wapichana, José Guimarães, Josimar Maranhãozinho, Júlio Delgado, Lafayette de Andrada, Léo Moraes, Luiz

Flávio Gomes, Luizão Goulart, Marcelo Ramos, Margarete Coelho, Nelson Pellegrino, Nicoletti, Patrus Ananias, Paulo Azi, Paulo Eduardo Martins, Paulo Teixeira, Renildo Calheiros, Rubens Bueno, Samuel Moreira, Sergio Toledo, Subtenente Gonzaga, Talíria Petrone, Aliel Machado, Capitão Wagner, Chiquinho Brazão, Chris Tonietto, Dr. Frederico, Edio Lopes, Evandro Roman, Francisco Jr., Giovani Cherini, Gurgel, Hugo Motta, Lucas Redecker, Maurício Dziedricki, Pedro Westphalen, Pompeo de Mattos, Pr. Marco Feliciano, Rogério Peninha Mendonça, Sergio Vidigal e Valtenir Pereira.

Sala da Comissão, em 7 de maio de 2019.

Deputada BIA KICIS
Presidente em exercício

PROJETO DE LEI N.º 2.720, DE 2019 **(Do Sr. Rogério Peninha Mendonça)**

Proíbe ligações automatizadas por centrais de telemarketing e assemelhadas, nos termos em que dispõe.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei proíbe ligações automatizadas por centrais de telemarketing e assemelhadas, nos termos em que dispõe.

Art. 2º As ligações telefônicas realizadas por centrais de telemarketing não poderão ser iniciadas por procedimentos automáticos sem que haja um operador, pessoa natural, a postos para contato com a pessoa chamada para cada chamada telefônica em curso ou sendo chamada.

Art. 3º Os menus de centrais de tele atendimento ao consumidor de serviços de tele vendas em geral ou das prestadoras de serviços regulados deverão possuir, no primeiro menu eletrônico, a opção de contato com o atendente, pessoa natural.

§ 1º A opção de contatar o atendente deverá constar de todas as subdivisões existentes do menu eletrônico.

§ 2º O acesso inicial ao atendente não será condicionado ao prévio fornecimento de dados pelo consumidor.

Art. 4º Fica o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça autorizado a indicar a fiscalização do cumprimento desta Lei pelas centrais aqui tratadas.

Art. 5º O descumprimento do disposto nesta Lei ensejará aos infratores a aplicação de multa de até R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais), revertidas para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos.

Parágrafo único. A aplicação da multa não substitui a aplicação de sanções administrativas, cíveis ou penais definidas em legislação específica.

Art. 6º Esta lei entra em vigor noventa dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

As chamadas por robôs são uma pandemia na telefonia atual. Cidadãos são importunados diuturnamente por ligações de centrais telefônicas que, quando atendidas, não apresentam resposta ou voz alguma, ou inicia-se uma gravação. Essa prática, realizada para aumentar a eficiência das centrais, se vale do disparo de diversas ligações automatizadas e simultâneas sabendo-se de antemão que muitas não serão atendidas. Assim, há sempre uma desproporção entre o número de ligações sendo discadas e posições de atendentes de telemarketing disponíveis.

O procedimento possui o nome de *robocalls* e é motivo de grande preocupação pelo mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo, desde 2009, o órgão responsável pela regulação do comércio, a *Federal Trade Commission*, estabeleceu norma em que operadoras de telemarketing somente podem realizar chamadas para aqueles assinantes que as tenham autorizado expressamente.⁶

Consideramos que os cidadãos brasileiros já se encontram cansados de serem vítimas nesse processo de vendas agressivo, invasivo e extremamente impopular, carecendo de medidas efetivas de proteção. Por esses motivos apresentamos o presente projeto de lei que visa proibir o disparo de ligações sem a presença de atendentes que sejam pessoas naturais.

Além dessa medida central, optamos por trazer à Lei o disposto no Decreto do SAC (Decreto nº 6.523/08) que determina a obrigatoriedade da opção de contatar atendente no primeiro menu eletrônico.

Como forma de permitir a fiscalização pelo Poder Público dos ditames

⁶ The Do Not Call Registry, disponível em <https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/do-not-call-registry/robocalls>, acessado em 03/05/2019.

desta Lei, autorizamos o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor do Ministério da Justiça à realização de procedimentos fiscalizatórios nas empresas. Como última medida, dispomos pela aplicação de multa de até dois milhões de reais em caso de descumprimento.

Certos de que a aprovação deste projeto se constituirá em importante alívio para os cidadãos do nosso país, contamos com o apoio dos nobres pares.

Sala das Sessões, em 8 de maio de 2019.

Deputado ROGÉRIO PENINHA MENDONÇA

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 7.347, DE 24 DE JULHO DE 1985

Disciplina a ação civil pública de responsabilidade por danos causados ao meio ambiente, ao consumidor, a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico (VETADO) e dá outras providências.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º Regem-se pelas disposições desta Lei, sem prejuízo da ação popular, as ações de responsabilidade por danos morais e patrimoniais causados: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

I - ao meio-ambiente;

II - ao consumidor;

III - a bens e direitos de valor artístico, estético, histórico, turístico e paisagístico;

IV - a qualquer outro interesse difuso ou coletivo. *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.078, de 11/9/1990)*

V - por infração da ordem econômica; *(Inciso acrescido pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994, e com nova redação dada pela Lei nº 12.529, de 30/11/2011, publicada no DOU de 1/12/2011, em vigor 180 dias após a publicação)*

VI - à ordem urbanística. *(Inciso acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)*

VII - à honra e à dignidade de grupos raciais, étnicos ou religiosos. *(Inciso acrescido pela Lei nº 12.966, de 24/4/2014, retificado no DOU de 5/5/2014)*

VIII - ao patrimônio público e social. *(Inciso acrescido pela Lei nº 13.004, de 24/6/2014, publicada no DOU de 25/6/2014, em vigor após decorridos 60 dias de sua publicação oficial)*

Parágrafo único. Não será cabível ação civil pública para veicular pretensões que envolvam tributos, contribuições previdenciárias, o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS ou outros fundos de natureza institucional cujos beneficiários podem ser individualmente determinados. *(Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)*

Art. 2º As ações previstas nesta Lei serão propostas no foro do local onde ocorrer o dano, cujo juízo terá competência funcional para processar e julgar a causa.

Parágrafo único. A propositura da ação prevenirá a jurisdição do juízo para todas as ações posteriormente intentadas que possuam a mesma causa de pedir ou o mesmo objeto.

(Parágrafo único acrescido pela Medida Provisória nº 2.180-35, de 24/8/2001)

DECRETO Nº 6.523, DE 31 DE JULHO DE 2008

Regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para fixar normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA, no uso da atribuição que lhe confere o art. 84, inciso IV, da Constituição, e tendo em vista o disposto na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990,

DECRETA:

Art. 1º Este Decreto regulamenta a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, e fixa normas gerais sobre o Serviço de Atendimento ao Consumidor - SAC por telefone, no âmbito dos fornecedores de serviços regulados pelo Poder Público Federal, com vistas à observância dos direitos básicos do consumidor de obter informação adequada e clara sobre os serviços que contratar e de manter-se protegido contra práticas abusivas ou ilegais impostas no fornecimento desses serviços.

CAPÍTULO I DO ÂMBITO DA APLICAÇÃO

Art. 2º Para os fins deste Decreto, compreende-se por SAC o serviço de atendimento telefônico das prestadoras de serviços regulados que tenham como finalidade resolver as demandas dos consumidores sobre informação, dúvida, reclamação, suspensão ou cancelamento de contratos e de serviços.

Parágrafo único. Excluem-se do âmbito de aplicação deste Decreto a oferta e a contratação de produtos e serviços realizadas por telefone.

PROJETO DE LEI N.º 3.209, DE 2019 **(Da Sra. Edna Henrique)**

Acrescenta artigo à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, para limitar o horário de realização de ligações de telemarketing por prestadoras de serviços de telecomunicações.

DESPACHO:

APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei acrescenta artigo à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, que “Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995”, para limitar o horário de realização de ligações de telemarketing por prestadoras de serviços de

telecomunicações.

Art. 2º Acrescente-se à Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, o seguinte artigo 78-A:

“Art. 78-A. As prestadoras de serviços de telecomunicações somente poderão realizar ligações ou enviar mensagens para seus clientes, diretamente ou por meio de terceiros, para anúncio de produtos ou serviços, bem como para cobrança ou realização de campanhas publicitárias, nos dias úteis em horários compreendidos entre as 9 (nove) e 18 (dezoito) horas.”

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Os serviços de telecomunicações experimentaram, após a aprovação da Lei Geral de Telecomunicações – LGT, a Lei nº 9.472, de 1997, expressivo crescimento e a formação de um disputado espaço concorrencial entre as empresas que os exploram. Notadamente no segmento da telefonia móvel celular, mas não exclusivamente, observa-se muitas vezes um contínuo processo de disputa pelos clientes, com a oferta de novos pacotes que têm por objetivo a atração de uma carteira com um número crescente de adesões.

Certamente, o ambiente competitivo é saudável, com significativos benefícios para os consumidores. Entretanto, com o acirramento das disputas, muitos cidadãos são continuamente importunados pelas empresas em continuadas ligações de *telemarketing*, as quais não foram solicitadas e acabam por se utilizar de informações pessoais dos cadastros de clientes para contatos que se mostram mais do que inadequados. Não é incomum a veiculação de notícias de clientes de serviços de telecomunicações que receberam mais do que duas dezenas de ligações por dia para a oferta de novos pacotes de serviços ou de produtos diversos.

Da mesma forma, as empresas prestadoras dos serviços de telecomunicações têm-se utilizado dos

cadastros para exacerbar no volume de ligações de cobranças ou de inúmeras campanhas publicitárias dos mais diversos tipos.

Nossa legislação ainda carece de uma proteção mais efetiva dos cidadãos em suas relações com as empresas de telecomunicações. Não se pode admitir, por exemplo, que o cidadão comum seja importunado em seu descanso ou em horários completamente esdrúxulos, no afã de conquistar mais clientes. Neste sentido, oferecemos a presente proposição legislativa à apreciação do conjunto de parlamentares desta Casa Legislativa, pretendendo limitar os horários de ligações das prestadoras para os dias úteis entre as nove e as dezoito horas.

Para ilustrar a urgente necessidade de coibirmos tais abusos, destacamos que recentemente o Tribunal de Justiça de São Paulo decidiu, em Ação de Obrigação de Fazer, cumulada com indenização de dano moral, em face de uma empresa de telefonia, pela aplicação de multa diária no valor de R\$ 500,00 (quinhentos reais) em caso de perturbação de consumidor, bem como de indenização no valor de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais). A ação foi movida por consumidor que recebia uma média de 15 a 20 ligações diárias da empresa. Entendeu o órgão recursal paulista que a conduta abusiva da fornecedora perturbou o sossego do Apelante, arbitrando a indenização a título de dano moral e majorou a multa diária aplicada pelo juízo de primeiro grau. Mesmo assim, o consumidor, apelante da ação, teve o seu sossego violado com muitas ligações diárias da operadora dos serviços de telefonia móvel.

No mesmo sentido, e preocupado com esses abusos, o Instituto de Defesa do Consumidor – IDEC sugeriu à Anatel e à Secretaria Nacional do Consumidor, recomendações para corrigir os problemas gerados com as ligações, sugerindo:

1. A criação de um cadastro federal de bloqueio de ligações indesejadas;

2. A alteração no Regulamento Geral dos Direitos dos Consumidores (RGC) para proibir as chamadas

realizadas por robôs, excetuando-se somente àquelas de interesse geral dos consumidores;

3. Com base no artigo 55, §4º do CDC, que a SENACON e a ANATEL notifiquem as operadoras de telefonia, para que prestem informações de interesse do consumidor sobre eventuais *blacklists* (listas de telefones de números que sabidamente são utilizados para *spams*), bem como sobre empresas que utilizam dessas práticas no mercado de consumo, para que seja possível tomar as medidas cabíveis;

4. A disponibilização de identificador gratuito de chamada para que o consumidor possa rejeitar facilmente as *robocalls*;

5. A disponibilização de um serviço gratuito de bloqueio;

6. A aplicação das penalidades previstas legalmente no artigo 56, do Código de Defesa do Consumidor, aplicando-se as sanções previstas em caso de descumprimento da Regulamentação e do sistema de bloqueio;

7. O acompanhamento da evolução desse tipo de *spam* telefônico para avaliação dos sistemas de controle e seu grau de solução;

8. O apoio a medidas como o fórum “Quem Perturba”, que identifica números de telefone utilizados para ofertas de produtos e serviços, além de golpes, com acompanhamento e monitoramento das práticas abusivas pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor.

Diante deste quadro, entendemos que o legislador não pode se omitir na ação de impedir que tais abusos continuem. Estamos convictos de que esta iniciativa irá resgatar o direito de todos os cidadãos. Pedimos, portanto, a nossos pares que aprovelem com celeridade este Projeto de Lei, que muito beneficiará parcela significativa de nossa sociedade.

Sala das Sessões, em 29 de maio de 2019.

Deputada **EDNA HENRIQUE**
PSDB/PB

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 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....
 LIVRO III
 DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO I
 DISPOSIÇÕES GERAIS

.....
 CAPÍTULO III
 DAS REGRAS COMUNS

.....
 Art. 78. A fabricação e o desenvolvimento no País de produtos de telecomunicações serão estimulados mediante adoção de instrumentos de política creditícia, fiscal e aduaneira.

TÍTULO II
 DOS SERVIÇOS PRESTADOS EM REGIME PÚBLICO

CAPÍTULO I
 DAS OBRIGAÇÕES DE UNIVERSALIZAÇÃO E DE CONTINUIDADE

Art. 79. A Agência regulará as obrigações de universalização e de continuidade atribuídas às prestadoras de serviço no regime público.

§ 1º Obrigações de universalização são as que objetivam possibilitar o acesso de qualquer pessoa ou instituição de interesse público a serviço de telecomunicações, independentemente de sua localização e condição sócio-econômica, bem como as destinadas a permitir a utilização das telecomunicações em serviços essenciais de interesse público.

§ 2º Obrigações de continuidade são as que objetivam possibilitar aos usuários dos serviços sua fruição de forma ininterrupta, sem paralisações injustificadas, devendo os serviços estar à disposição dos usuários, em condições adequadas de uso.

.....
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 VII
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

Art. 57. A pena de multa, graduada de acordo com a gravidade da infração, a vantagem auferida e a condição econômica do fornecedor, será aplicada mediante procedimento administrativo, revertendo para o Fundo de que trata a Lei nº 7.347, de 24 de julho de 1985, os valores cabíveis à União, ou para os Fundos estaduais ou municipais de proteção ao consumidor nos demais casos. ([“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.656, de 21/5/1993](#))

Parágrafo único. A multa será em montante não inferior a duzentas e não superior a três milhões de vezes o valor da Unidade Fiscal de Referência (Ufir), ou índice equivalente que venha a substituí-lo. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 8.703, de 6/9/1993](#))

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 3.662, DE 2019

(Do Sr. Bosco Costa)

Dispõe sobre as chamadas de telemarketing ativo.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece regras para as chamadas telefônicas efetuadas para consumidores com o fim de promover a comercialização de produtos e serviços, prática denominada telemarketing ativo.

Art. 2º Para efeitos dessa lei, considera-se chamada telefônica qualquer contato realizado por voz estabelecido com o suporte de serviço de telecomunicações ou aplicação de internet

Art. 3º É vedado o uso de robôs, simuladores, voz artificial, gravações ou quaisquer mecanismos automatizados na interlocução com o consumidor no telemarketing ativo.

Art. 4º O fornecedor de produtos e serviços não poderá, diretamente ou mediante terceiros, tentar contatar o mesmo número de acesso de destino mais do que 4 (quatro) vezes por semana com fins comerciais.

§ 1º As chamadas não atendidas pelo consumidor serão consideradas tentativas bem-sucedidas.

§ 2º É vedada a realização de mais de 2 (duas) tentativas diárias de telemarketing ativo pelo mesmo fornecedor, diretamente ou mediante terceiros.

Art. 5º Para realização de telemarketing ativo, só serão admitidos canais de comunicação capazes de receber chamadas de retorno.

Parágrafo único. É vedado o uso de código de acesso internacional para a realização de chamadas de telemarketing ativo.

Art. 6º O descumprimento das obrigações constantes desta Lei sujeita

o infrator às sanções previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor.

Art. 7º Esta lei entra em vigor 90 (trinta) dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A evolução das tecnologias digitais traz uma vastidão de benefícios para a nossa sociedade, afetando os mais diversos setores da atividade humana. Em alguns casos, entretanto, o uso intensivo dessas novas funcionalidades, apesar de proporcionar ganhos de eficiência para alguns, redundam em prejuízos e frustração para outros. Nestes casos, é imperativo que o governo atue para regular a atuação dos agentes envolvidos, com vistas a proteger a parte mais frágil, sem, contudo, inviabilizar qualquer atividade econômica.

O telemarketing é um dos setores que soube se apropriar bem de várias inovações tecnológicas. Discadores automáticos, discadores preditivos, mensagens pré-gravadas e robôs baseados em inteligência artificial são algumas das funcionalidades que revolucionaram ou ainda irão revolucionar a atividade. Todas essas ferramentas têm em comum o fato de que, se usadas de forma abusiva e descontrolada, geram bastante incômodo aos destinatários das chamadas. Entretanto, o incentivo para a adoção dessas soluções pelo comerciante é irresistível. Realmente, uma combinação apropriada desses produtos permite ao vendedor ligar constantemente para todos os seus potenciais consumidores com alta eficiência, baixo custo operacional e empregando uma quantidade de mão-de-obra extremamente reduzida. Nesse cenário o consumidor é o que mais tem a perder, uma vez que é constantemente incomodado por inúmeras ligações operadas por máquinas tentando lhe vender produtos e serviços que não deseja adquirir.

É com o objetivo de proteger o cidadão dos abusos permitidos pelas novas tecnologias de telemarketing ativo que apresentamos a presente proposição. O projeto visa consolidar no arcabouço legal brasileiro um conjunto de regras mínimas para balizar a atuação das empresas desse setor.

Especificamente, a proposta tem os seguintes objetivos: proibir o uso de robôs, simuladores, voz artificial ou mensagens pré-gravadas; estabelecer ao vendedor o máximo de 4 tentativas semanais e 2 tentativas diárias de contato com fins de telemarketing para cada número telefônico de destino; determinar que o código de acesso empregado na campanha deverá ser capaz de receber ligações de retorno.

Com esse regramento simples, esperamos estar defendendo os interesses dos consumidores e da sociedade como um todo. Por esse motivo,

solicitamos apoio dos nobres parlamentares para aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em 19 de junho de 2019.

Deputado BOSCO COSTA

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 I
DISPOSIÇÕES GERAIS

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.

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.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.119, DE 2019
(Do Sr. Felipe Carreras)

Estabelece a solicitação de Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica o usuário de serviços de telefonia autorizados a solicitar o

Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, o qual tem por objetivo impedir que a empresa de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas, não autorizadas, para os usuários que já manifestaram interesse em não receber ligações.

Art. 2º A partir da solicitação do usuário de não receber mais ligações a empresa fica proibida de efetuar novas ligações telefônicas destinadas aquela linha telefônica.

Art. 3º Será aplicada multa no valor de R\$ 10.000,00 (dez mil reais), por ligação efetuada de forma indevida além do disposto no art. 173 da Lei n.º 9.472, de 16 de julho de 1997.

Art. 4º Esta Lei entra em vigor 120 dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Observamos que o serviço de telemarketing é de suma importância para a estratégia de expansão comercial de diversas empresas, entendemos que o referido serviço é salutar para a economia do país.

Porém, não podemos nos redimir de avaliar que o referido serviço vem deixando a desejar aos interesses dos cidadãos. Observamos que existe um abuso por parte destas empresas e que os cidadãos precisam ter algum mecanismo de poder optar por não receber essas ligações.

A proposta foi inspirada em ação semelhante implementada nos Estados Unidos denominada "National Do Not Call Registry", em vigor desde fevereiro de 2008.

Entendemos que o presente projeto vem a auxiliar as empresas que contratam os serviços de telemarketing, pois apenas os consumidores que desejam adquirir produtos ofertados estarão fora do cadastro, reduzindo o custo das empresas com ligações infrutíferas e aumentando o índice de sucesso.

Pelo exposto, solicitamos aos ilustres pares o apoio para o célere trâmite desta proposição.

Sala das Sessões, em 16 de julho de 2019.

Deputado FELIPE CARRERAS

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 9.472, DE 16 DE JULHO DE 1997

Dispõe sobre a organização dos serviços de telecomunicações, a criação e funcionamento de um órgão regulador e outros aspectos institucionais, nos termos da Emenda Constitucional nº 8, de 1995.

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

.....
LIVRO III
DA ORGANIZAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES
.....

TÍTULO VI
DAS SANÇÕES

CAPÍTULO I
DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 173. A infração desta Lei ou das demais normas aplicáveis, bem como a inobservância dos deveres decorrentes dos contratos de concessão ou dos atos de permissão, autorização de serviço ou autorização de uso de radiofrequência, sujeitará os infratores às seguintes sanções, aplicáveis pela Agência, sem prejuízo das de natureza civil e penal:

- I - advertência;
- II - multa;
- III - suspensão temporária;
- IV - caducidade;
- V - declaração de inidoneidade.

Art. 174. Toda acusação será circunstanciada, permanecendo em sigilo até sua completa apuração.

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 4.434, DE 2019

(Do Sr. Eduardo da Fonte)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, disciplinando a realização de chamadas telefônicas para fins de cobrança e oferta de produtos e serviços e proibindo a realização de chamadas automatizadas.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-2720/2019.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que “*Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências*”, disciplinando a realização de chamadas telefônicas para fins de cobrança e oferta de produtos e serviços e proibindo a realização de chamadas automatizadas.

Art. 2º Acrescente-se o art. 31-A à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de

1990, com a seguinte redação:

“Art. 31-A. O fornecedor, diretamente ou por meio de terceiros, não poderá realizar cobrança ou oferta de produtos e serviços por meio de chamadas telefônicas automatizadas.

§ 1º Para efeito deste artigo, considera-se chamada telefônica automatizada a ligação efetuada sem a intervenção de operador humano e realizada com o suporte de qualquer serviço de telecomunicações que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telefonia.

§ 2º A realização de chamada telefônica não automatizada pelo fornecedor, diretamente ou por meio de terceiros, para fins de cobrança ou oferta de produtos e serviços, está limitada ao máximo de duas ligações mensais, para cada código de acesso.

§ 3º A realização de chamada telefônica em desacordo com o disposto neste artigo é considerada prática abusiva e método comercial coercitivo.” (NR)

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A publicidade representa hoje uma das principais estratégias de alavancagem das vendas de produtos e serviços no Brasil. A aplicação das mais modernas técnicas de *marketing*, aliada ao uso intensivo das novas tecnologias, tem sido responsável pelo crescimento de inúmeros mercados, trazendo benefícios não somente para as empresas, mas também para o público consumidor.

Ocorre, porém, que o acirramento da concorrência tem levado muitos fornecedores a praticarem ações abusivas e que atentam contra os interesses dos cidadãos. É o que tem acontecido, por exemplo, quando empresas contratam serviços de *telemarketing* para efetuar ligações em larga escala com o objetivo de ofertar bens e serviços, importunando as pessoas nos horários mais improváveis e inapropriados. Essa prática revela-se ainda mais abusiva quando essas chamadas são disparadas de forma automatizada, sem intervenção humana, e que muitas vezes permanecem mudas, até finalmente serem encerradas, causando transtornos aos cidadãos.

No entanto, as campanhas publicitárias promovidas com o suporte de robôs eletrônicos só se transformaram em uma prática disseminada no mercado brasileiro pela inexistência de uma norma legal que expressamente vede a sua realização. Para enfrentar essa situação, oferecemos o presente projeto de lei à apreciação dos membros desta Casa. A proposição tem por objetivo proibir os fornecedores de realizar, diretamente ou por meio de empresas de *telemarketing*,

cobranças ou a oferta de produtos e serviços por meio de chamadas telefônicas automatizadas.

Além disso, caso o contato seja realizado por agente humano, o projeto veda a realização de mais de duas ligações mensais para cada número telefônico. Na hipótese de descumprimento desses comandos, a conduta será considerada abusiva e sujeitará o infrator às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – o Código de Defesa do Consumidor.

Cabe ressaltar que esta proposição tem escopo diferente do serviço “Não Me Perturbe”, tendo em vista que abrange todos os serviços ofertados por telemarketing e não apenas o setor de telecomunicações. Ademais, objetiva-se não haver a necessidade de inscrição dos consumidores para que não recebam as ligações indesejadas, as empresas de antemão não teriam mais o poder de telefonar abusivamente para os consumidores.

Com as medidas propostas, temos a firme expectativa de contribuir para inibir a proliferação de práticas lesivas à coletividade, e que sobreponham o interesse comercial das empresas ao bem-estar dos cidadãos. Por esse motivo, conclamamos o apoio dos ilustres Pares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 13 de agosto de 2019.

Deputado EDUARDO DA FONTE
PP/PE

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 I

Das Disposições Gerais

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

Seção II Da Oferta

Art. 30. Toda informação ou publicidade, suficientemente precisa, veiculada por qualquer forma ou meio de comunicação com relação a produtos e serviços oferecidos ou apresentados, obriga o fornecedor que a fizer veicular ou dela se utilizar e integra o contrato que vier a ser celebrado.

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.

Parágrafo único. As informações de que trata este artigo, nos produtos refrigerados oferecidos ao consumidor, serão gravadas de forma indelével. [Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11. 989, de 27/7/2009, publicada no DOU de 28/7/2009, em vigor 180 \(cento e oitenta\) dias após a sua publicação](#)

Art. 32. Os fabricantes e importadores deverão assegurar a oferta de componentes e peças de reposição enquanto não cessar a fabricação ou importação do produto.

Parágrafo único. Cessadas a produção ou importação, a oferta deverá ser mantida por período razoável de tempo, na forma da lei.

PROJETO DE LEI N.º 4.539, DE 2019 (Do Sr. Christino Aureo)

Institui o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9615/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei institui o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário.

Art. 2º Fica instituído o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário – CNBLT, com o objetivo

de viabilizar o bloqueio do encaminhamento de anúncios publicitários por meio de serviços de telecomunicações.

Parágrafo único. O CNBLT será implantado, operado e gerenciado pelo órgão responsável pela regulação das telecomunicações.

Art. 3º O consumidor tem direito ao não recebimento de ligações telefônicas e mensagens eletrônicas com fins publicitários.

§ 1º Para exercer o direito de que trata o *caput*, o consumidor deverá inscrever seu código de acesso telefônico no CNBLT.

§ 2º O consumidor poderá, a qualquer tempo, solicitar a retirada da inscrição do seu código de acesso telefônico do CNBLT.

§ 3º O disposto neste artigo aplica-se às ligações telefônicas e mensagens eletrônicas efetuadas ou encaminhadas por meio de serviço de telecomunicações que faça uso do código de acesso telefônico do consumidor para envio de anúncios publicitários.

§ 4º Para os efeitos desta Lei, considera-se a definição de “consumidor” estabelecida no art. 2º da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 4º O fornecedor de bens ou serviços que efetuar ligação telefônica ou encaminhar mensagem eletrônica com cunho publicitário para consumidor cujo código de acesso telefônico esteja inscrito no CNBLT será submetido às penalidades previstas na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Parágrafo único. Na eventualidade da propositura de ação judicial impetrada com base no descumprimento de dispositivo estabelecido nesta Lei, o foro será o do domicílio do consumidor.

Art. 5º Esta Lei entra em vigor noventa dias após a sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel – determinou recentemente às principais empresas do setor de telecomunicações do País a criação de uma lista nacional e única de consumidores que não desejam ser importunados com o recebimento de chamadas telefônicas de cunho publicitário por parte das operadoras de telecomunicações, salvo por consentimento prévio, livre e expresso na mencionada listagem.

A iniciativa veio ao encontro do enfrentamento da prática que ficou popularmente conhecida como “*telemarketing ativo*”, realizada com o objetivo de oferecer produtos e serviços sem consentimento prévio do destinatário da chamada. A medida governamental, portanto, é uma iniciativa de natureza compensatória para relativizar o desequilíbrio entre o consumidor e as prestadoras de serviços de telecomunicações, após anos de constrangimentos e reclamações infrutíferas por parte da grande maioria dos usuários.

A lista nacional imposta pela Agência também focaliza o bloqueio das ligações sequenciais realizadas por equipamentos robóticos, de modo a oferecer um instrumento de defesa do consumidor contra a invasão de sua privacidade e, assim, mitigar os constantes aborrecimentos causados pelas empresas.

No entanto, com o desenvolvimento e a ampliação do acesso aos meios de comunicação, principalmente o serviço móvel pessoal, a capacidade de interação entre prestadoras de serviço e usuários adquiriu proporções quase ilimitadas na publicidade de serviços e produtos. Desse modo, apesar dos esforços empreendidos pela Anatel e pelos órgãos de defesa do consumidor, os controles e a mediação na relação entre fornecedores e cidadãos não evoluíram na mesma velocidade que as ocorrências de abusos praticados pelos serviços de *telemarketing*.

Essa questão adquire contornos ainda mais preocupantes quando consideramos que o cadastro criado pela Agência abrange apenas as ligações e mensagens publicitárias dos serviços oferecidos pelas operadoras de telecomunicações, deixando à margem da regulação as empresas de todos os demais ramos de atividade econômica. Por este motivo, elaboramos o presente projeto com o objetivo de instituir o Cadastro Nacional para Bloqueio de Ligações Telefônicas e mensagens eletrônicas de cunho publicitário. A iniciativa estende a amplitude do escopo do cadastro já criado por determinação da Anatel, de modo a também abranger estabelecimentos bancários, redes comerciais de varejo e demais segmentos de mercado.

É oportuno assinalar que a presente proposição não tem por propósito cercear iniciativas de natureza econômica, mas apenas combater uma prática que é flagrantemente lesiva aos interesses de parcela considerável dos usuários. O descontrole estatal sobre o assédio diuturno das empresas tem inclusive levado consumidores insatisfeitos a cancelar contratos com as operadoras de

telecomunicações, gerando prejuízos não somente para os cidadãos, mas também para o próprio segmento empresarial. Diante desse cenário, é dever do Poder Público atuar para organizar a relação entre consumidores e fornecedores, estabelecendo condições para a necessária harmonia entre a liberdade econômica das empresas e o direito à privacidade dos indivíduos.

Em suma, o que se pretende, em incremento às iniciativas pontuais já adotadas pela Anatel, é o estabelecimento de regras efetivas de convivência racional e pacífica entre fornecedores e usuários, de forma a permitir que o público consumidor passe a decidir pelo bloqueio ou não das ligações de *telemarketing*.

Pelas razões expostas, solicitamos o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação da presente iniciativa.

Sala das Sessões, em 15 de agosto de 2019.

Deputado CHRISTINO AUREO

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 I
DISPOSIÇÕES GERAIS

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.

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.

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.

§ 1º Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

§ 2º Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as

decorrentes das relações de caráter trabalhista.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 5.431, DE 2019

(Do Sr. Marx Beltrão)

Institui o não perturbe bancário.

NOVO DESPACHO:
APENSE-SE AO PL 9615/18

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta lei assegura ao consumidor bancário o direito de não receber chamadas e mensagens de telemarketing relacionados a oferta de crédito ou produto financeiro correlato.

Art. 2º As instituições financeiras, sociedades de arrendamento mercantil, seus correspondentes e demais entidades autorizadas a funcionar pelo Banco Central deverão, às suas expensas e na forma do regulamento, instituir e manter atualizado sistema único de registro dos números de telefone de consumidores que se manifestem pelo não recebimento de chamadas e mensagens que configurem prática de marketing ativo, oferta comercial, proposta, publicidade ou qualquer outra forma de divulgação de oferta de crédito ou produto financeiro correlato.

Art. 3º A partir do trigésimo dia do ingresso do consumidor no Sistema, as instituições referidas no art. 2º não poderão, por meios próprios ou por intermédio de terceiros, efetuar chamadas ou enviar mensagens relacionados a oferta de crédito ou produto financeiro correlato aos números telefônicos inscritos no Sistema.

Art. 4º O descumprimento do disposto nesta lei sujeita os infratores às penalidades previstas na Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990.

Art. 5º Esta lei entra em vigor após decorridos 90 (noventa) dias da data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

A Constituição Federal, em seu art. 170, preconiza que a Ordem Econômica deve nortear-se pelo princípio da defesa do consumidor. O art. 192, por

sua vez, estipula que o sistema financeiro deve atender aos interesses da coletividade. Desses preceitos emerge o dever constitucional do Estado de garantir a harmonização entre os interesses dos agentes financeiros e as necessidades coletivas, garantindo que os avanços na eficiência e na produtividade do segmento convertam-se igualmente em benefícios para a sociedade, em geral, e para os consumidores bancários, em especial.

Tal ideário está igualmente consolidado na legislação de regência do mercado de consumo – Lei n.º 8.078, de 1990 – que defende a vulnerabilidade do consumidor frente aos fornecedores e condiciona o desenvolvimento econômico à obediência aos princípios da dignidade do consumidor, da boa-fé e do equilíbrio nas relações.

Inspirado nessa principiologia protetiva, o projeto de lei aqui sugerido busca, com a singela medida de instituir uma espécie de não perturbe bancário, atingir duplo objetivo. Zelar pelo direito do consumidor à privacidade e, ao mesmo passo, contribuir para enfrentar o drama do endividamento das famílias brasileiras.

As agressivas, insistentes, inoportunas e nem sempre transparentes ferramentas de marketing empregadas por bancos e financeiras chegaram, efetivamente, a um limite inaceitável. É praticamente impossível para um brasileiro que disponha de telefone celular passar um dia sequer sem ser incomodado com ligações ou mensagens oferecendo produtos de crédito.

Por um lado, esses abusos no telemarketing são manifestamente incompatíveis com as prerrogativas do consumidor, em especial o direito de não ser, inadvertidamente, importunado em seu descanso, durante suas funções laborativas ou em qualquer outro ambiente em que se expresse sua privacidade.

Por outro, os exageros e as frequentes armadilhas escondidas nessas ofertas estimulam contratações irrefletidas pelos consumidores, que restam adquirindo crédito e comprometendo seu orçamento familiar sem a real consciência sobre a necessidade, utilidade e adequação daquele produto a sua capacidade econômica. O alarmante número de 63 milhões de brasileiros inadimplentes revela, de forma clara, que a oferta de crédito não se tem feito acompanhar da necessária responsabilidade por parte dos agentes financeiros.

Vemos, nesse contexto, como medida urgente instituir um sistema que permita ao consumidor optar pelo não recebimento de ligações telefônicas ou mensagens de texto que tenham como objetivo a oferta de produtos de crédito. Esse mecanismo, recentemente adotado no setor de telefonia, preserva as atividades de

marketing do segmento financeiro respeitando, porém, os interesses daqueles consumidores que não desejam ser importunados por essa espécie de comunicação.

Concebemos o “não perturbe bancário” como um sistema a ser instituído e administrado pelas próprias instituições de crédito, que são aquelas que auferem os invejáveis lucros dessa atividade, e aproveitamos o instrumental repressivo do Código de Defesa do Consumidor para o caso de descumprimento.

Por fim, importa destacar que o Projeto não incorre em injuridicidade ou inconstitucionalidade ao regular, via lei ordinária, atividades relacionadas às instituições financeiras e estipular sanções a elas aplicáveis. A incidência das regras nele dá-se em consonância com o corrente entendimento do Supremo Tribunal Federal que, na Ação Direta de Inconstitucionalidade n.º 2591-DF, declarou a aplicabilidade às instituições financeiras de leis ordinárias como o Código de Defesa do Consumidor, sob o fundamento de que a exigência de lei complementar veiculada pelo art. 192 da Constituição Federal abrange exclusivamente a estruturação do sistema financeiro nacional.

Submetendo o presente projeto de lei à apreciação desta Casa, solicitamos a colaboração dos ilustres Pares para seu aperfeiçoamento e aprovação

Sala das Sessões, em 08 de outubro de 2019.

Deputado MARX BELTRÃO

LEGISLAÇÃO CITADA ANEXADA PELA

Coordenação de Organização da Informação Legislativa - CELEG
 Serviço de Tratamento da Informação Legislativa - SETIL
 Seção de Legislação Citada - SELEC

**CONSTITUIÇÃO
 DA
 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
 1988**

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

TÍTULO VII
DA ORDEM ECONÔMICA E FINANCEIRA

CAPÍTULO I
DOS PRINCÍPIOS GERAIS DA ATIVIDADE ECONÔMICA

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

- I - soberania nacional;
- II - propriedade privada;
- III - função social da propriedade;
- IV - livre concorrência;
- V - defesa do consumidor;
- VI - defesa do meio ambiente, inclusive mediante tratamento diferenciado conforme o impacto ambiental dos produtos e serviços e de seus processos de elaboração e prestação; *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 42, de 2003)*
- VII - redução das desigualdades regionais e sociais;
- VIII - busca do pleno emprego;
- IX - tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País. *(Inciso com redação dada pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)*

Parágrafo único. É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei.

Art. 171. *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 6, de 1995)*

Art. 172. A lei disciplinará, com base no interesse nacional, os investimentos de capital estrangeiro, incentivará os reinvestimentos e regulará a remessa de lucros.

CAPÍTULO IV
DO SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL

Art. 192. O sistema financeiro nacional, estruturado de forma a promover o desenvolvimento equilibrado do País e a servir aos interesses da coletividade, em todas as partes que o compõem, abrangendo as cooperativas de crédito, será regulado por leis complementares que disporão, inclusive, sobre a participação do capital estrangeiro nas instituições que o integram. *(Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*

- I - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- II - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- III - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
 - a) *(Revogada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
 - b) *(Revogada pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- IV - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- V - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- VI - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- VII - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- VIII - *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- § 1º *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- § 2º *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*
- § 3º *(Revogado pela Emenda Constitucional nº 40, de 2003)*

TÍTULO VIII
DA ORDEM SOCIAL

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÃO GERAL

Art. 193. A ordem social tem como base o primado do trabalho, e como objetivo o bem-estar e a justiça sociais.

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 I
DISPOSIÇÕES GERAIS

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.

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.

AÇÃO DIRETA DE INCONSTITUCIONALIDADE (Med. Liminar) - 2591

Origem: DISTRITO FEDERAL

Entrada no STF: 26/12/2001

Relator: MINISTRO CARLOS VELLOSO

Distribuído: 20020201

Partes: Requerente: CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO SISTEMA FINANCEIRO - CONSIF (CF 103 , 0IX)

Requerido :PRESIDENTE DA REPÚBLICA CONGRESSO NACIONAL

Dispositivo Legal Questionado

Art. 003 º , § 002 º , da Lei nº 8078 , de 11 de setembro de 1990 , na expressão " inclusive as de natureza bancária financeira de crédito e securitária " .

Lei nº 8078 , de 11 de setembro de 1990 .

Dispõe sobre a Proteção do Consumidor e dá outras Providências .

Art. 003 ° - Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica , pública ou privada , nacional ou estrangeira , bem como os entes despersonalizados , que desenvolvem atividades de produção , montagem , criação , construção , transformação , importação , exportação , distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços .

(. . .)

§ 002 ° - Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo , mediante remuneração , inclusive as de natureza bancária , financeira , de crédito e securitária , salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista .

Fundamentação Constitucional

- Art. 005 ° , LIV

- Art. 192 , 0II e 0IV , § 003 °

Resultado da Liminar

Prejudicada

Decisão Plenária da Liminar

Resultado Final

Improcedente

.....
.....

PROJETO DE LEI N.º 6.154, DE 2019 (Do Sr. Alexandre Frota)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, para estabelecer regras para o telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer os horários em que será permitida a realização de ligações de telemarketing aos consumidores.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescida do seguinte art. 37-A:

“Art. 37-A. A realização de chamadas para terminais de qualquer serviço telefônico que tenham como objetivo a oferta de produtos, de serviços e de

participações em promoções, somente podem ocorrer se cumpridas as seguintes exigências:

I – a realização da chamada somente pode ocorrer de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre as oito horas e as dezoito horas, exceto em feriados;

II – não é admitida a realização de chamadas aos sábados, aos domingos, em feriados nacionais, bem como de segunda a sexta-feira, no horário compreendido entre as dezoito horas e as oito horas do dia seguinte;

III – é proibida a utilização de qualquer bloqueador de identificação do código de acesso do terminal que realizar a chamada;

IV – no início de cada chamada deve haver clara identificação do nome do anunciante e do objetivo da chamada, devendo o consumidor ser consultado acerca de sua vontade de receber as informações de caráter publicitário.”

Art. 3º Esta lei entra em vigor trinta dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O telemarketing é uma atividade importante para a economia brasileira, mas é vista com bastantes ressalvas pela sociedade de maneira geral. Isso ocorre sobretudo pelos diversos abusos cometidos pelas empresas operadoras desse serviço, que adotam procedimentos que levam o consumidor às raias da loucura. Algumas práticas consistem na realização de ligações com bloqueador de identificação de chamada, ligações à noite, aos finais de semana e em feriados. Essas condutas causam transtornos diversos e perturbam a paz do cidadão em seu período de descanso.

Existem algumas iniciativas em tramitação no Congresso Nacional que visam resolver o problema mediante a criação de cadastros do tipo “não perturbe”, em que os cidadãos interessados em não receber quaisquer ligações de telemarketing podem se inscrever e, a partir desse momento, as empresas ficam proibidas de contatá-lo. A Anatel, inclusive, já pôs em prática um sistema que segue esse modelo, mas cujo alcance se restringe às prestadoras dos serviços de telecomunicações.

Os motivos que inspiram tais iniciativa são compreensíveis, mas não acreditamos serem a melhor solução para o problema. Por um lado, uma medida dessa envergadura seria um grande entrave ao setor, gerando desemprego e perda de receitas, levando, possivelmente, à sua extinção. Por outro lado, a gestão de um cadastro nacional de usuários implica em custos expressivos, que teriam de ser arcados pela sociedade de alguma forma.

Diante desses fatos, somos favoráveis a uma modificação legislativa simples que, acreditamos, será capaz de estabelecer um equilíbrio mais interessante na relação entre consumidores, anunciantes e empresas de telemarketing. Nossa iniciativa propõe a inclusão de um novo artigo à Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer os horários em que será permitida a realização de ligações de telemarketing aos consumidores. O dispositivo impõe que as ligações só poderão ser efetivadas em dias da semana, no horário compreendido entre as 8h e 18h, excluídos os feriados. Determina também que não poderão ser empregados bloqueadores de identificação do código de acesso do terminal

que realizar as chamadas. Por fim, estipula que no início de cada chamada deverá haver clara identificação do nome do anunciante e do objetivo da chamada, devendo o consumidor ser consultado acerca de sua vontade de receber as informações de caráter publicitário objeto da ligação.

Com esse regramento simples, esperamos estar defendendo os interesses dos consumidores e da sociedade como um todo. Por esse motivo, solicitamos apoio dos nobres parlamentares para aprovação da medida.

Sala das Sessões, em 26 de novembro de 2019.

ALEXANDRE FROTA
Deputado Federal
PSDB/SP

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.

.....

.....

PROJETO DE LEI N.º 4.678, DE 2020

(Do Sr. Léo Moraes)

Cria o Cadastro de bloqueio de ligações das empresas que fornecem serviços de telemarketing e televendas, estabelece um regulamento de operação, proibindo a utilização de sistemas de robô e ligações em massa, e dá outras providências.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.



PROJETO DE LEI Nº _____, DE 2020
(Do Sr. Léo Moraes)

Cria o Cadastro de bloqueio de ligações das empresas que fornecem serviços de *telemarketing* e televendas, estabelece um regulamento de operação, proibindo a utilização de sistemas de robô e ligações em massa, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Fica instituído o Regulamento de Operação das empresas que fornecem serviços de *telemarketing*, televendas e que realizam vendas em geral.

Parágrafo único. O regulamento tem por objetivo criar normas e impedir que as empresas de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas em massa, de forma sequencial e se utilizem de cadastro de pessoas que não autorizaram o uso de seus dados para essa finalidade.

Art. 2º As empresas que atuam com sistemas de *telemarketing* e televendas estão obrigadas a disponibilizar, após o primeiro contato com os clientes, um canal de adesão ao Cadastro de Bloqueio de Ligações.

Parágrafo único. A adesão ao Cadastro de Bloqueio de Ligações só poderá ser retirada pelo próprio cliente, e a empresa estará sujeita a multas e sanções a serem definidas pelos órgãos de proteção ao consumidor e pelo Poder Judiciário.

Art. 3º Os sistemas de *telemarketing* não poderão utilizar robôs de Inteligência Artificial para executar ligações em massa.

§ 1º Fica vedada a realização de uma ligação com vários números acoplados ou a execução de ligações em sequência para um mesmo número.

§ 2º As ligações deverão ser operadas um número por vez através de um atendente funcionário da empresa, que não poderá colocar a ligação em espera sem realizar o atendimento ao número selecionado.

Art. 4º Esta Lei entre em vigor na data de sua publicação.





JUSTIFICATIVA

A modernidade do mundo digital e da era da Inteligência Artificial tem oportunizado a diminuição dos custos das empresas que operam no setor de *telemarketing* e televendas. Isso gera maior produtividade e, como consequência, maiores lucros para aquelas que conseguem aderir às modernas plataformas digitais.

Nesse sentido, esse mercado, que talvez seja aquele com o maior crescimento atualmente, tem se utilizado da falta de regulamentação e da morosidade para a aprovação de marcos regulatórios para se fortalecer, sem se preocupar com princípios e limites justamente por não haver regras que os estabeleçam.

O Brasil e o mundo carecem de marcos regulatórios para a cultura digital e para a variedade de inovações tecnológicas que surgem a cada dia, reflexos de uma sociedade moderna, que demanda facilidades com custo benefício, e de um mercado consumidor amplo e diversificado.

O Parlamento brasileiro precisa discutir e aprovar uma Lei da Inteligência Artificial e normas específicas como forma de disciplinar esse mercado e de proteger os empregos, mas que garanta a inovação tecnológica e o investimento nas *startups* e no mercado tecnológico brasileiros.

Nesse sentido, apresentamos o presente projeto de lei, inspirado na Lei nº 13.226/2008 do Estado de São Paulo, a qual criou o “Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing”. Resolvemos ampliar o alcance dessa norma por meio de lei federal para disciplinar diversas situações e excessos que, no nosso entendimento, são cometidos em desfavor do consumidor. Destacam-se as seguintes propostas constantes do projeto:

- Possibilitar que o cliente que receba contato de empresas de *telemarketing* e televendas faça a adesão a um cadastro de bloqueio de ligações após o primeiro contato, evitando-se futuros contatos, muitas vezes sequenciais;
- Proibir que o número registrado no cadastro de bloqueio de ligações seja utilizado novamente para aquela finalidade, e que os dados a ele relacionados sejam utilizados em *spams* e em ligações em massa;
- Vedar que robôs e sistemas de Inteligência Artificial cadastrem os dados para realizar chamadas em espera. Assim, proíbe-se a realização de chamadas sem a disponibilidade de um funcionário atendente; e
- Estabelecer um regulamento de operação, o qual deverá ser seguido pelas empresas que prestam serviço de *telemarketing*, sujeitas a sanções e multas a serem disciplinadas pelos órgãos de defesa do consumidor – PROCONS e pelo Poder Judiciário.

Diante da importância do tema, peço o apoio dos nobres pares para aprovação deste projeto de lei.

Sala das Sessões,

Deputado LÉO MORAES



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 13.226, DE 7 DE OUTUBRO DE 2008

Institui no âmbito do Estado de São Paulo, o Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing.

O GOVERNADOR DO ESTADO DE SÃO PAULO:

Faço saber que a Assembléia Legislativa decreta e eu promulgo a seguinte lei:

Artigo 1º - Fica instituído, no âmbito do Estado de São Paulo, o Cadastro para o Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing.

Parágrafo único - O Cadastro tem por objetivo impedir que as empresas de telemarketing, ou estabelecimentos que se utilizem deste serviço, efetuem ligações telefônicas não autorizadas para os usuários nele inscritos.

Artigo 2º - vetado.

Artigo 3º - vetado.

Parágrafo único - vetado.

Artigo 4º - vetado:

I - vetado;

II - vetado;

III - vetado;

IV - vetado;

V - vetado;

VI - vetado;

VII - vetado.

Artigo 5º - A partir do 30º (trigésimo) dia do ingresso do usuário no Cadastro, as empresas que prestam serviços relacionados ao parágrafo único do artigo 1º ou pessoas físicas contratadas com tal propósito, não poderão efetuar ligações telefônicas destinadas às pessoas inscritas no cadastro supracriado.

§ 1º - vetado.

§2º - Incluem-se nas disposições desta lei os telefones fixos e os aparelhos de telefonia móvel em geral.

§3º - A qualquer momento o usuário poderá solicitar a sua exclusão do Cadastro.

§4º - vetado.

§5º - vetado.

Artigo 6º - Não se aplicam os dispositivos da presente lei às entidades filantrópicas que utilizem telemarketing para angariar recursos próprios.

Artigo 7º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Palácio dos Bandeirantes, 7 de outubro de 2008.

JOSÉ SERRA

Luiz Antônio Guimarães Marrey

Secretário da Justiça e da Defesa da Cidadania

Aloysio Nunes Ferreira Filho

Secretário-Chefe da Casa Civil

PROJETO DE LEI N.º 178, DE 2021

(Do Sr. Franco Cartafina)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer regras gerais de telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.



PROJETO DE LEI N° , DE 2021
(Do Sr. Franco Cartafina)

Altera a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, o Código de Defesa do Consumidor, para estabelecer regras de telemarketing e televendas.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, passa a vigorar com a seguinte redação:

Art. 33-A. Quando o fornecedor de produtos ou serviços realizar a publicidade de bens e serviços por telefone através de telemarketing e televendas, deverá observar os seguintes requisitos:

I – As ligações apenas serão efetuadas em horário comercial, compreendido entre as oito e dezoito horas, de segunda-feira a sexta-feira;

II – Será disponibilizado canal direto e facilitado com o consumidor, por meio telefônico, gratuito ou a custo de ligação local, ou por meio eletrônico, para retirada ou inserção, em cadastro próprio, da manifestação de interesse nos produtos ou nos serviços ofertados pela empresa.



§1º. É vedado a realização de ligações por meio de números telefônicos ou meios eletrônicos que não permitam o retorno do consumidor.

§2º. Na hipótese do consumidor ter realizado o cancelamento do serviço, fica o fornecedor proibido de oferecê-lo novamente pelo prazo de 06 (seis) meses, após o encerramento do contrato, por via telefônica ou meio eletrônico.

§3º. As empresas de telemarketing devem disponibilizar ao consumidor, desde o primeiro contato com este, um Canal de adesão ao Cadastro Gratuito de Bloqueio de Ligações.

§4º. São proibidas as ligações telefônicas em massa, de forma sequencial, que se utilizem de cadastro de pessoas que não autorizaram o uso de seus dados para essa finalidade.

§5º. Considera-se exercício abusivo do direito de oferta, o telemarketing e televenda que não estipular as regras estabelecidas neste Código, capaz de ensejar reparação por danos civis.

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

JUSTIFICATIVA

Inegável que o avanço tecnológico trouxe diversos benefícios para a sociedade. Entretanto, as novas modalidades de relações sociais e comerciais, por mais altruístas que pareçam ser também



CÂMARA DOS DEPUTADOS
Deputado FRANCO CARTAFINA

trouxeram alguns dissabores, especialmente para os consumidores, que tiveram seu espaço privado invadido.

Essencial compreender que a rotina árdua da maioria dos brasileiros requer o desfrute de momentos de privacidade e lazer incapazes de serem interrompidos por máquinas de vendas profissionais com agentes treinados para tanto.

Nesse sentido, é que este Projeto de Lei busca que sejam criados mecanismos hábeis a evitar a importunação do cidadão através de telemarketing e televenda, já que essas novas relações sociais necessitam ter sua dinâmica regulamentada a fim de não infringir do ser humano, sua dignidade, seu direito à intimidade e à vida privada, direitos fundamentais constitucionalmente garantidos.

Para tanto, levando em consideração que esse fato exorbita o mero aborrecimento da vida cotidiana, e em respeito ao ponderado no artigo 5º, XXXII, da Constituição Federal de 1988, que estabelece que o Estado promoverá a defesa do consumidor, e aos princípios da boa-fé, da transparência e do equilíbrio das relações de consumo, que deve ser essa questão instrumentalizada legislativamente.

Portanto, o Projeto de Lei visa delimitar as práticas abusivas dos setores de telemarketing e televenda das empresas, objetivando, principalmente, o respeito ao consumidor, sem coação ou constrangimento, razão pela qual peço o apoio dos nobres Parlamentares para a aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em de de 2021.

Franco Cartafina

Deputado Federal – PP/MG



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

CONSTITUIÇÃO
DA
REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
1988

PREÂMBULO

Nós, representantes do povo brasileiro, reunidos em Assembléia Nacional Constituinte para instituir um Estado democrático, destinado a assegurar o exercício dos direitos sociais e individuais, a liberdade, a segurança, o bem-estar, o desenvolvimento, a igualdade e a justiça como valores supremos de uma sociedade fraterna, pluralista e sem preconceitos, fundada na harmonia social e comprometida, na ordem interna e internacional, com a solução pacífica das controvérsias, promulgamos, sob a proteção de Deus, a seguinte Constituição da República Federativa do Brasil.

.....
TÍTULO II
DOS DIREITOS E GARANTIAS FUNDAMENTAIS

CAPÍTULO I
DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta Constituição;

II - ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei;

III - ninguém será submetido a tortura nem a tratamento desumano ou degradante;

IV - é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato;

V - é assegurado o direito de resposta, proporcional ao agravo, além da indenização por dano material, moral ou à imagem;

VI - é inviolável a liberdade de consciência e de crença, sendo assegurado o livre exercício dos cultos religiosos e garantida, na forma da lei, a proteção aos locais de culto e a suas liturgias;

VII - é assegurada, nos termos da lei, a prestação de assistência religiosa nas entidades civis e militares de internação coletiva;

VIII - ninguém será privado de direitos por motivo de crença religiosa ou de convicção filosófica ou política, salvo se as invocar para eximir-se de obrigação legal a todos imposta e recusar-se a cumprir prestação alternativa, fixada em lei;

IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença;

X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

XI - a casa é asilo inviolável do indivíduo, ninguém nela podendo penetrar sem consentimento do morador, salvo em caso de flagrante delito ou desastre, ou para prestar socorro, ou, durante o dia, por determinação judicial;

XII - é inviolável o sigilo da correspondência e das comunicações telegráficas, de dados e das comunicações telefônicas, salvo, no último caso, por ordem judicial, nas hipóteses e na forma que a lei estabelecer para fins de investigação criminal ou instrução processual penal;

XIII - é livre o exercício de qualquer trabalho, ofício ou profissão, atendidas as qualificações profissionais que a lei estabelecer;

XIV - é assegurado a todos o acesso à informação e resguardado o sigilo da fonte, quando necessário ao exercício profissional;

XV - é livre a locomoção no território nacional em tempo de paz, podendo qualquer pessoa, nos termos da lei, nele entrar, permanecer ou dele sair com seus bens;

XVI - todos podem reunir-se pacificamente, sem armas, em locais abertos ao público, independentemente de autorização, desde que não frustrem outra reunião anteriormente convocada para o mesmo local, sendo apenas exigido prévio aviso à autoridade competente;

XVII - é plena a liberdade de associação para fins lícitos, vedada a de caráter paramilitar;

XVIII - a criação de associações e, na forma da lei, a de cooperativas independem de autorização, sendo vedada a interferência estatal em seu funcionamento;

XIX - as associações só poderão ser compulsoriamente dissolvidas ou ter suas atividades suspensas por decisão judicial, exigindo-se, no primeiro caso, o trânsito em julgado;

XX - ninguém poderá ser compelido a associar-se ou a permanecer associado;

XXI - as entidades associativas, quando expressamente autorizadas, têm legitimidade para representar seus filiados judicial ou extrajudicialmente;

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

XXIV - a lei estabelecerá o procedimento para desapropriação por necessidade ou utilidade pública, ou por interesse social, mediante justa e prévia indenização em dinheiro, ressalvados os casos previstos nesta Constituição;

XXV - no caso de iminente perigo público, a autoridade competente poderá usar de propriedade particular, assegurada ao proprietário indenização ulterior, se houver dano;

XXVI - a pequena propriedade rural, assim definida em lei, desde que trabalhada pela família, não será objeto de penhora para pagamento de débitos decorrentes de sua atividade produtiva, dispondo a lei sobre os meios de financiar o seu desenvolvimento;

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;

b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

XXX - é garantido o direito de herança;

XXXI - a sucessão de bens de estrangeiros situados no País será regulada pela lei brasileira em benefício do cônjuge ou dos filhos brasileiros, sempre que não lhes seja mais

favorável a lei pessoal do *de cuius*;

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

XXXIII - todos têm direito a receber dos órgãos públicos informações de seu interesse particular, ou de interesse coletivo ou geral, que serão prestadas no prazo da lei, sob pena de responsabilidade, ressalvadas aquelas cujo sigilo seja imprescindível à segurança da sociedade e do Estado;

XXXIV - são a todos assegurados, independentemente do pagamento de taxas:

a) o direito de petição aos poderes públicos em defesa de direitos ou contra ilegalidade ou abuso de poder;

b) a obtenção de certidões em repartições públicas, para defesa de direitos e esclarecimento de situações de interesse pessoal;

XXXV - a lei não excluirá da apreciação do Poder Judiciário lesão ou ameaça a direito;

XXXVI - a lei não prejudicará o direito adquirido, o ato jurídico perfeito e a coisa julgada;

XXXVII - não haverá júízo ou tribunal de exceção;

XXXVIII - é reconhecida a instituição do júri, com a organização que lhe der a lei, assegurados:

a) a plenitude de defesa;

b) o sigilo das votações;

c) a soberania dos veredictos;

d) a competência para o julgamento dos crimes dolosos contra a vida;

XXXIX - não há crime sem lei anterior que o defina, nem pena sem prévia cominação legal;

XL - a lei penal não retroagirá, salvo para beneficiar o réu;

XLI - a lei punirá qualquer discriminação atentatória dos direitos e liberdades fundamentais;

XLII - a prática do racismo constitui crime inafiançável e imprescritível, sujeito à pena de reclusão, nos termos da lei;

XLIII - a lei considerará crimes inafiançáveis e insuscetíveis de graça ou anistia a prática da tortura, o tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, o terrorismo e os definidos como crimes hediondos, por eles respondendo os mandantes, os executores e os que, podendo evitá-los, se omitirem;

XLIV - constitui crime inafiançável e imprescritível a ação de grupos armados, civis ou militares, contra a ordem constitucional e o Estado democrático;

XLV - nenhuma pena passará da pessoa do condenado, podendo a obrigação de reparar o dano e a decretação do perdimento de bens ser, nos termos da lei, estendidas aos sucessores e contra eles executadas, até o limite do valor do patrimônio transferido;

XLVI - a lei regulará a individualização da pena e adotará, entre outras, as seguintes:

a) privação ou restrição da liberdade;

b) perda de bens;

c) multa;

d) prestação social alternativa;

e) suspensão ou interdição de direitos;

XLVII - não haverá penas:

a) de morte, salvo em caso de guerra declarada, nos termos do art. 84, XIX;

b) de caráter perpétuo;

c) de trabalhos forçados;

d) de banimento;

e) cruéis;

XLVIII - a pena será cumprida em estabelecimentos distintos, de acordo com a natureza do delito, a idade e o sexo do apenado;

XLIX - é assegurado aos presos o respeito à integridade física e moral;

L - às presidiárias serão asseguradas condições para que possam permanecer com seus filhos durante o período de amamentação;

LI - nenhum brasileiro será extraditado, salvo o naturalizado, em caso de crime comum, praticado antes da naturalização, ou de comprovado envolvimento em tráfico ilícito de entorpecentes e drogas afins, na forma da lei;

LII - não será concedida extradição de estrangeiro por crime político ou de opinião;

LIII - ninguém será processado nem sentenciado senão pela autoridade competente;

LIV - ninguém será privado da liberdade ou de seus bens sem o devido processo

legal;

LV - aos litigantes, em processo judicial ou administrativo, e aos acusados em geral são assegurados o contraditório e a ampla defesa, com os meios e recursos a ela inerentes;

LVI - são inadmissíveis, no processo, as provas obtidas por meios ilícitos;

LVII - ninguém será considerado culpado até o trânsito em julgado de sentença penal condenatória;

LVIII - o civilmente identificado não será submetido a identificação criminal, salvo nas hipóteses previstas em lei;

LIX - será admitida ação privada nos crimes de ação pública, se esta não for intentada no prazo legal;

LX - a lei só poderá restringir a publicidade dos atos processuais quando a defesa da intimidade ou o interesse social o exigirem;

LXI - ninguém será preso senão em flagrante delito ou por ordem escrita e fundamentada de autoridade judiciária competente, salvo nos casos de transgressão militar ou crime propriamente militar, definidos em lei;

LXII - a prisão de qualquer pessoa e o local onde se encontre serão comunicados imediatamente ao juiz competente e à família do preso ou à pessoa por ele indicada;

LXIII - o preso será informado de seus direitos, entre os quais o de permanecer calado, sendo-lhe assegurada a assistência da família e de advogado;

LXIV - o preso tem direito à identificação dos responsáveis por sua prisão ou por seu interrogatório policial;

LXV - a prisão ilegal será imediatamente relaxada pela autoridade judiciária;

LXVI - ninguém será levado à prisão ou nela mantido quando a lei admitir a liberdade provisória, com ou sem fiança;

LXVII - não haverá prisão civil por dívida, salvo a do responsável pelo inadimplemento voluntário e inescusável de obrigação alimentícia e a do depositário infiel;

LXVIII - conceder-se-á *habeas corpus* sempre que alguém sofrer ou se achar ameaçado de sofrer violência ou coação em sua liberdade de locomoção, por ilegalidade ou abuso de poder;

LXIX - conceder-se-á mandado de segurança para proteger direito líquido e certo, não amparado por *habeas corpus* ou *habeas data*, quando o responsável pela ilegalidade ou abuso de poder for autoridade pública ou agente de pessoa jurídica no exercício de atribuições do poder público;

LXX - o mandado de segurança coletivo pode ser impetrado por:

a) partido político com representação no Congresso Nacional;

b) organização sindical, entidade de classe ou associação legalmente constituída e em funcionamento há pelo menos um ano, em defesa dos interesses de seus membros ou associados;

LXXI - conceder-se-á mandado de injunção sempre que a falta de norma regulamentadora torne inviável o exercício dos direitos e liberdades constitucionais e das prerrogativas inerentes à nacionalidade, à soberania e à cidadania;

LXXII - conceder-se-á *habeas data*:

a) para assegurar o conhecimento de informações relativas à pessoa do impetrante, constantes de registros ou bancos de dados de entidades governamentais ou de caráter público;

b) para a retificação de dados, quando não se prefira fazê-lo por processo sigiloso, judicial ou administrativo;

LXXIII - qualquer cidadão é parte legítima para propor ação popular que vise a anular ato lesivo ao patrimônio público ou de entidade de que o Estado participe, à moralidade administrativa, ao meio ambiente e ao patrimônio histórico e cultural, ficando o autor, salvo comprovada má-fé, isento de custas judiciais e do ônus da sucumbência;

LXXIV - o Estado prestará assistência jurídica integral e gratuita aos que comprovarem insuficiência de recursos;

LXXV - o Estado indenizará o condenado por erro judiciário, assim como o que ficar preso além do tempo fixado na sentença;

LXXVI - são gratuitos para os reconhecidamente pobres, na forma da lei:

a) o registro civil de nascimento;

b) a certidão de óbito;

LXXVII - são gratuitas as ações de *habeas corpus* e *habeas data*, e, na forma da lei, os atos necessários ao exercício da cidadania.

LXXVIII - a todos, no âmbito judicial e administrativo, são assegurados a razoável duração do processo e os meios que garantam a celeridade de sua tramitação. ([Inciso acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004](#))

§ 1º As normas definidoras dos direitos e garantias fundamentais têm aplicação imediata.

§ 2º Os direitos e garantias expressos nesta Constituição não excluem outros decorrentes do regime e dos princípios por ela adotados, ou dos tratados internacionais em que a República Federativa do Brasil seja parte.

- § 3º Os tratados e convenções internacionais sobre direitos humanos que forem aprovados, em cada Casa do Congresso Nacional, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos membros, serão equivalentes às emendas constitucionais. ([Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004](#))

§ 4º O Brasil se submete à jurisdição de Tribunal Penal Internacional a cuja criação tenha manifestado adesão. ([Parágrafo acrescido pela Emenda Constitucional nº 45, de 2004](#))

CAPÍTULO II DOS DIREITOS SOCIAIS

- Art. 6º São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o transporte, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados, na forma desta Constituição. ([Artigo com redação dada pela Emenda Constitucional nº 90, de 2015](#))

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 II
Da Oferta

Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

PROJETO DE LEI N.º 826, DE 2021
(Da Sra. Lauriete)

Estabelece proibição de telemarketing ativo, impondo multa para o seu descumprimento.

DESPACHO:
APENSE-SE AO PL-9942/2018.

PROJETO DE LEI DA CÂMARA Nº , DE 2021

Estabelece proibição de telemarketing ativo, impondo multa para o seu descumprimento

Apresentação: 10/03/2021 13:54 - Mesa

PL n.826/2021

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Fica proibido às instituições financeiras e sociedades de arrendamento mercantil realizar atividades de telemarketing ativo, tais como ofertas de empréstimos, financiamentos ou qualquer tipo de seguro.

Art. 2º O infrator será penalizado em multa que poderá variar de 200 (duzentos) à 1000 (mil) salários mínimos, sendo o valor revertido para o Fundo de Defesa de Direitos Difusos (FDD).

Parágrafo único: Se o telemarketing for direcionado a aposentados e pensionistas do INSS, a multa será de 1000 (mil) a 2000 (dois mil) salários mínimos;

Art. 3º Esta lei entrará em vigor na data de sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

Documento eletrônico assinado por Lauriete (PSC/ES), através do ponto SDR_56281, na forma do art. 102, § 1º, do RICD c/c o art. 2º, do Ato da Mesa n. 80 de 2016.



São crescentes os números de fraudes e atentados a idosos e pensionistas do INSS, principalmente no tocante às ofertas de empréstimos consignados, seguros e financiamentos por telefone, com taxas de juros supostamente atraentes.

Todavia, ocorre que a instituição financeira, ao oferecer o empréstimo consignado por telemarketing ativo, realiza uma omissão de taxas capciosamente embutidas, sendo o aposentado induzido a fornecer seus dados pessoais e ficando a mercê de ações de golpistas, podendo até mesmo realizar negócios contrários ao seu próprio interesse.

Ante o exposto, com o objetivo de proteger a população dessa tática vil de telemarketing, sobretudo os idosos e pensionistas, do telemarketing ativo das instituições financeiras e sociedades de arrendamento mercantil, peço o apoio dos nobres deputados para aprovação desta proposta.

Sala das sessões, 10 de março de 2021.

LAURIETE
PSC/ES



PROJETO DE LEI N.º 1.226, DE 2021

(Do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

PROJETO DE LEI Nº DE 2021

(do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por mensagens publicitárias que lhes são apresentadas por meio telefônico, mensagens eletrônicas ou por envio ao seu endereço residencial ou comercial.

Art. 2º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor) passa a vigorar com as seguintes alterações:

I – Acrescentam-se à Lei os Arts. 33-A e 33-B, na forma que segue:

“Art. 33-A. É vedada a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

§ 1º O disposto no caput não se aplica ao fornecedor que comprovar o ter recebido, do consumidor, consentimento prévio e explícito, em que o consumidor manifeste interesse em receber a publicidade daquele fornecedor.

§ 2º O consentimento de que trata o § 1º deverá ser específico para o fornecedor que apresenta a publicidade ao consumidor.

§ 3º Havendo o consentimento de que trata o § 1º, o fornecedor poderá enviar mensagem eletrônica ao consumidor, informando o



número de telefone que o consumidor deverá discar para ter acesso à mensagem publicitária.

§ 4º É vedado ao fornecedor apresentar a mensagem publicitária por discagem direta ao número telefônico do consumidor, mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento de que trata o § 1º.

§ 5º É vedado o compartilhamento de dados do consumidor entre fornecedores.

§ 6º A reincidência do fornecedor na apresentação de publicidade não-solicitada pelo consumidor, nos termos do caput, configura a prática de importunação do consumidor, punível nos termos desta Lei.”

“Art. 33-B. As instituições legitimadas nos termos do Art. 82 e do § 3º do Art. 55 poderão criar listas de impugnação de chamadas publicitárias, com vistas a cadastrar os consumidores que não desejam ser importunados por mensagens publicitárias.

§ 1º O consumidor será livre para decidir se cadastrar nas listas de impugnação de chamadas publicitárias;

§ 2º Sujeitam-se às sanções administrativas e penalidades criminais previstas nesta lei os fornecedores que efetuarem chamadas publicitárias para consumidores cadastrados nas listas de impugnação de que trata o caput.

§ 3º O acesso às listas de impugnação deverá ser requisitado pelo fornecedor à instituição mantenedora da lista.

§ 4º Mediante a solicitação de que trata o § 3º, serão apresentados ao fornecedor apenas os números de telefones que solicitaram impugnação de chamadas publicitárias, sem os dados dos proprietários de cada número.

§ 5º É vedado o compartilhamento das informações contidas nas listas de impugnação, nos termos da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD).”



II – O Art. 39 passa a vigorar acrescido do inciso XV:

“Art. 39.:

.....

XV – Utilizar informações de contato do consumidor, sem seu consentimento prévio, expresso e específico, para fins publicitários ou para oferta de produto ou serviço, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

.....”

III – O Art. 67 passa a vigorar acrescido dos §§ 1º e 2º e incisos, na forma que se segue:

“Art. 67.:

.....

§ 1º Incorrerá na mesma pena quem apresentar publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial, sem consentimento do consumidor.

§ 2º São agravantes da infração prevista no caput:

I – A reincidência na importunação de consumidores, verificada por meio de reclamações e denúncias registradas na forma do Art. 44 ou perante as instituições legitimadas na forma do Art. 82 desta Lei;

II – A importunação de consumidor cadastrado em lista de impugnação de chamadas publicitárias, na forma do Art. 33-B desta Lei.”

II – O parágrafo único do Art. 81 passa a vigorar acrescido do inciso IV, na forma que segue:

Art. 81.:

Parágrafo único.:



.....

IV - Importunação de consumidores por ação publicitária ou oferta de produtos ou serviços, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ou violação do disposto no inciso XV do Art. 39 desta Lei.

Art. 3º Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.



* C D 2 1 2 9 2 8 6 9 3 4 0 *

JUSTIFICATIVA

As chamadas comerciais dirigidas ao consumidor, designadas pelo jargão de “telemarketing ativo”, vêm sendo reiteradamente apontadas como incômodas e invasivas, sendo motivo de queixas frequentes junto a órgãos de defesa do consumidor, agências reguladoras e ao poder judiciário.

Leis Estaduais de São Paulo, Paraná, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraíba, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Ceará, Alagoas, introduziram medidas de fiscalização e controle com vistas a reduzir o desconforto do consumidor com as chamadas indesejadas. Implementaram cadastros regionais em que o consumidor registra seu número de telefone, expressando seu desejo de não receber chamadas de telemarketing ativo. Nesses Estados, o número de ligações indesejadas reduziu, conseqüentemente o número de reclamações também.

Em 2019, a ANATEL, como resultado de rodadas de diálogo com as empresas operadoras de telefonia, expediu o Despacho Decisório nº 3/2019/RCTS/SRC, determinando a criação da *Lista Nacional de Não Perturbe*. Trata-se de medida semelhante à adotada pelos Estados, mas agora em nível nacional. Essa Lista Nacional entrou em funcionamento em 16/07/2019, no endereço eletrônico <https://www.naomeperturbe.com.br/>, sítio mantido por um consórcio das empresas operadoras de telefonia.

Em 01/12/2020, o Conselho Diretor, por meio do Acórdão nº 636 da ANATEL, aprovou proposta de consulta pública para revisão do Regulamento Geral do Consumidor, aprovado pela Resolução 632/14, postulando que:

Art. 35 As Prestadoras devem observar os seguintes princípios ao realizar chamadas publicitárias ou para oferta de serviços e produtos, no caso de consentimento prévio, livre e expresso do Consumidor:

I - adequação dos horários para chamadas aos consumidores, respeitado o horário comercial;

II - observância de quantidade razoável de ligações para os Consumidores e não realização de chamadas de forma insistente;

III - respeito ao desejo dos Consumidores de não receber chamadas;

IV - tratamento adequado de reclamações sobre chamadas indesejadas; e

V - garantia de proteção aos dados pessoais.



Porém, em 12/03/2021, a Presidência da ANATEL expediu o Memorando nº 22/2021/EC, dirigido à Superintendência Executiva (SUE) da Agência Reguladora, em que traça um histórico das medidas adotadas e avalia que:

*Mesmo diante das iniciavas já construídas no sentido de evitar-se a propagação das chamadas indesejadas para os consumidores, dentre elas destacando-se a criação do site www.naomeperturbe.com.br, **entendo que as medidas até aqui adotadas, muito embora tenham apresentado efeitos, ainda não atingiram plenamente os fins desejados**, sendo premente que a Anatel aprofunde essa discussão a fim de se evitar a perpetuidade de um problema que vem se arrastando ao longo de dois anos, com um incremento geral no volume de ligações ao longo de 2020.*

*Considero que a **permanência de um cenário desfavorável aos usuários dos serviços de telecomunicações, somada à limitação das ações de autorregulação até então adotadas**, impõem a pronta reflexão e nova atuação deste Órgão Regulador no sentido de alterá-lo positivamente.* (Grifamos)

Logo, a avaliação da ANATEL, ocorrida a menos de um mês, é a de que as medidas adotadas ainda não foram suficientes para conter as chamadas comerciais indesejadas, deixando os consumidores em situação francamente desfavorável.

Levantamento realizado pelo jornal Valor Econômico¹, em 12/03/2021, mostra que o Brasil lidera o ranking mundial da importunação telefônica do consumidor. Segundo o jornal, em média, cada brasileiro recebeu 49,9 chamadas de SPAM (propaganda indesejada) por mês em 2020, mostrando uma tendência de alta em relação a anos anteriores. O site Reclame Aqui, especializado em reclamações de consumidores e citado na matéria do Valor Econômico, registrou alta das queixas por “ligações insistentes” de 4.756 em 2019 para 5.767 em 2020.

Por essa razão, o presente Projeto de Lei visa introduzir inovações na Lei de Defesa do Consumidor, com vistas a coibir as chamadas indesejadas.

Trata-se, primeiramente, de proibir a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ressalvando-se apenas os casos em que o consumidor autorizar expressamente o contato por aquele fornecedor. Conforme se propõe neste Projeto de Lei, o consentimento do consumidor deve ser específico para cada fornecedor, sendo vedado ao fornecedor estender esse consentimento a terceiros – no dia-a-dia, os fornecedores informam aos consumidores que o consentimento é “estendido a parceiros da empresa”; está é a prática que se visa proibir.

1 Disponível em: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/03/12/brasileiros-sao-as-maiores-vitimas-de-ligacoes-indesejadas-no-mundo.ghtml> , acesso em 05/04/2021.

Mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento ao fornecedor, não poderá o fornecedor contatar o consumidor diretamente por meio de chamada telefônica. O fornecedor deverá enviar uma mensagem (SMS, whatsapp ou outro meio eletrônico) com a informação que orienta o consumidor a retornar a ligação. O objetivo disto é preservar o direito do consumidor à sua privacidade e intimidade, dando-lhe a opção de somente telefonar caso tenha real interesse na mensagem publicitária.

Além de definir a conduta de importunação do consumidor, o Projeto de Lei estabelece penalidades administrativas e criminais para os fornecedores que insistirem em importunar os consumidores. Para isso, o PL primeiramente reconhece as listas de impugnação de chamadas publicitárias (conhecidas popularmente como serviços de cadastro como “não me ligue”, ou “não me perturbe”). Em seguida, estabelece como agravante de pena para o fornecedor delitoso o desrespeito a essas listas e a reincidência da importunação dos consumidores. As reclamações registradas junto às instituições de defesa do consumidor poderão ser utilizadas para comprovar a ocorrência e a reincidência do fornecedor na importunação dos consumidores.

Por fim, considerando que a importunação por chamadas publicitárias costumeiramente atinge grande número de consumidores, acrescenta-se ao Código de Defesa do Consumidor um dispositivo que autoriza a apresentação de defesa coletiva de interesses e direitos dos consumidores quando se tratar de chamadas insistentes e outros tipos de importunação.

A inovação na legislação de defesa do consumidor é fundamental para se garantir a efetiva redução do número de chamadas publicitárias e retirar o Brasil do vergonhoso topo do ranking mundial de importunação do consumidor. Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 6 de Abril de 2021.

FÁBIO HENRIQUE
Deputado Federal
PDT/SE



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 II
Da Oferta

.....
 Art. 33. Em caso de oferta ou venda por telefone ou reembolso postal, deve constar o nome do fabricante e endereço na embalagem, publicidade e em todos os impressos utilizados na transação comercial.

Parágrafo único. É proibida a publicidade de bens e serviços por telefone, quando a chamada for onerosa ao consumidor que a origina. ([Parágrafo único acrescido pela Lei nº 11.800, de 29/10/2008](#))

Art. 34. O fornecedor do produto ou serviço é solidariamente responsável pelos atos de seus prepostos ou representantes autônomos.

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: (["Caput" do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994](#))

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

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;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não

existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela [Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999, transformado em inciso XIII, em sua conversão na \[Lei nº 9.870, de 23/11/1999\]\(#\)](#)*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Seção VI

Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (VETADO).

CAPÍTULO VII

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

TÍTULO II
DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).

TÍTULO III
DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

CAPÍTULO I
DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá

ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: *(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)*

I - o Ministério Público,

II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

Parágrafo único. (VETADO).

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) *(Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)*

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. *(Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)*

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

I - o respeito à privacidade;

- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

.....

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

ACÓRDÃO Nº 636, DE 01 DE DEZEMBRO DE 2020

Processo nº 53500.061949/2017-68

Recorrente/Interessado: AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

Conselheiro Relator: Emmanoel Campelo de Souza Pereira

Fórum Deliberativo: Reunião nº 893, de 26 de novembro de 2020

EMENTA

CONSULTA PÚBLICA. PROPOSTA DE REVISÃO DO REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇO DE TELECOMUNICAÇÕES. CONSULTA INTERNA. SUBMISSÃO DE PROPOSTA DE ATO NORMATIVO À CONSULTA PÚBLICA. AUDIÊNCIA PÚBLICA. EVENTOS DE DIÁLOGO COM A SOCIEDADE. DETERMINAÇÕES ADICIONAIS.

1. Proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014.
2. Realização de Consulta Interna. Atendimento ao art. 60 do Regimento Interno da Anatel.
3. Submissão da minuta de ato normativo à Consulta Pública pelo prazo de 90 (noventa) dias.
4. A autorregulação é uma iniciativa que reforça a busca da Agência por uma regulação mais responsiva aliada a instrumentos modernos de sancionamento.
5. A reavaliação da permanência dos problemas levantados na Análise de Impacto Regulatório (AIR) após implementação dos normativos do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART) pode subsidiar proposta da Superintendência de Relações com Consumidores (SRC) quanto à necessidade de adoção de medidas, tais como ajustar a regulamentação em análise, antes que sua proposta final de revisão seja submetida novamente ao Conselho Diretor.
6. Audiência Pública para discussão ampla dos temas envolvidos e realização de evento de diálogo com a sociedade com registro nos autos.
7. Caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, que se realize, em substituição à Audiência Pública e ao evento de diálogo previsto, evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet.
8. Determinações adicionais.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, acordam os membros do Conselho Diretor da

Anatel, por unanimidade, nos termos da Análise nº 274/2020/EC (SEI nº 6216787), integrante deste acórdão:

- a) submeter à Consulta Pública, pelo prazo de 90 (noventa) dias, incluída a realização de 1 (uma) Audiência Pública, em Brasília-DF, a proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, nos termos da Minuta de Resolução EC (SEI nº 5290678);
- b) determinar cautelarmente a suspensão imediata da eficácia do art. 40 do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC, aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, até que se ultime a revisão do citado Regulamento;
- c) receber a Petição SEI nº 6244764 apresentada pela OI S.A e acolher o pedido nela constante no sentido de suspender o art. 40 do RGC vigente;
- d) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR) que, em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, realize evento de diálogo com a sociedade em São Paulo/SP, e registre seus resultados nos autos;
- e) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR), em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, que, caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, realize, em substituição aos eventos previstos nas alíneas "a" e "d", evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet, durante o qual serão apresentadas as propostas objeto da Consulta Pública, e respondidos eventuais questionamentos encaminhados, por meio de correio eletrônico, pela sociedade; e,
- f) determinar à Superintendência de Relações com Consumidores (SRC):
 - f.1) a adoção de medidas imediatas no sentido de garantir aos consumidores, inclusive pelos meios digitais, o direito de migração de ofertas, incluindo aquelas que representem redução no valor pago pelo serviço ou nas condições por ele anteriormente contratadas, conforme previsto no art. 46 do RGC, aprovado pela Resolução nº 632/14; e,
 - f.2) que acompanhe a implementação do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART), reportando ao Conselho Diretor periodicamente os avanços alcançados, e, caso avalie necessário, proponha ajustes na presente proposta de RGC antes que o mesmo seja submetido para sua aprovação final.

Participaram da deliberação o Presidente Leonardo Euler de Moraes, os Conselheiros Carlos Manuel Baigorri, Emmanoel Campelo de Souza Pereira e Moisés Queiroz Moreira e o Conselheiro Substituto Abraão Balbino e Silva.

RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC.

O CONSELHO DIRETOR DA AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo art. 22 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, e pelo art. 35 do Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações, aprovado pelo Decreto nº 2.338, de 7 de outubro de 1997,

CONSIDERANDO a análise das contribuições recebidas em decorrência da Consulta Pública nº 14, de 15 de março de 2013;

CONSIDERANDO o que consta dos autos do Processo nº 53500.011324/2010;

CONSIDERANDO deliberação tomada em sua Reunião nº 732, realizada em 20 de fevereiro de 2014,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de

Telecomunicações, na forma do Anexo I a esta Resolução.

Art. 2º O Regulamento mencionado no art. 1º entra em vigor no prazo de 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da publicação desta Resolução.

§ 1º As obrigações constantes do Regulamento serão plenamente exigíveis com a sua entrada em vigor, ressalvadas:

I - No prazo de 8 (oito) meses, as dispostas no:

- a) Título III: art. 10; e,
- b) Título IV: art. 48.

II - No prazo de 12 (doze) meses, as dispostas no:

- a) Título III: arts. 21, 22 e 26;
- b) Título IV: art. 44; e,
- c) Título V: arts. 62 e 74, caput, incisos I, II, III, IV, V, VII e IX. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

III - No prazo de 18 (dezoito) meses, as dispostas no:

- a) Título III: arts. 12, 34, 38, 39 e 40; e,
- b) Título V: art. 80.

IV - No prazo de 24 (vinte e quatro) meses, as dispostas no:

a) Título V: art. 74, inciso VIII e parágrafo único. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

§ 2º As disposições do Título VI do Regulamento entram em vigor imediatamente, na data da publicação desta Resolução.

Art. 3º Aprovar, na forma do Anexo II a esta Resolução, alteração nos Regulamentos nele previstos.

§ 1º O Anexo II entra em vigor no prazo de 24 (vinte e quatro) meses, a contar da publicação desta Resolução.

§ 2º Em caso de conflito entre as disposições vigentes do Regulamento mencionado no art. 1º e os demais dispositivos regulamentares elencados ou não no Anexo II, terão precedência os do Regulamento aprovado por esta Resolução.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

JOÃO BATISTA DE REZENDE

Presidente do Conselho

ANEXO I À RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

.....

TÍTULO III DO ATENDIMENTO

.....

CAPÍTULO III DAS FORMAS DE ATENDIMENTO

.....

Seção II Do Atendimento no Estabelecimento

.....

Subseção I Do Setor de Atendimento Presencial

.....

Art. 35. A Prestadora deve adotar medidas para que o Setor de Atendimento Presencial seja claramente identificável pelo Consumidor e observar as regras de acessibilidade dispostas em legislação específica.

§ 1º Os atendentes do Setor de Atendimento Presencial devem ter acesso aos sistemas da Prestadora, sendo vedado encaminhar o Consumidor para qualquer modalidade de Atendimento Remoto.

§ 2º Em caso de indisponibilidade de sistema, o Setor de Atendimento Presencial da Prestadora deve adotar alternativas para protocolizar e dar encaminhamento às demandas do Consumidor.

Art. 36. O Setor de Atendimento Presencial deve ser dimensionado de forma a atender o Consumidor em até 30 (trinta) minutos.

Parágrafo único. A Prestadora deve disponibilizar sistema de controle eletrônico por senha para acompanhamento do tempo de espera de cada Consumidor.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO