

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 8.195, DE 2017

(Apensado: PL nº 8.230/2017)

Cria o Cadastro Nacional para Bloqueio do Recebimento de Ligações de Telemarketing, mensagens instantâneas e dá outras providências.

Autor: Deputado HEULER CRUVINEL

Relator: Deputado CARLOS CHIODINI

I - RELATÓRIO

O Projeto de Lei nº 8.195, de 2017, foi oferecido pelo ilustre Deputado HEULER CRUVINEL com o objetivo de instituir, em âmbito nacional, um cadastro para bloqueio de recebimento de ligações de telemarketing.

No parágrafo único do seu art. 1º, a proposta especifica que as empresas de telemarketing fiquem impedidas de efetuar ligações para os usuários que se inscrevam no cadastro. O mesmo se aplica a empresas que contratem serviços de telemarketing de terceiros.

Em seu art. 2º a iniciativa estabelece que a gestão do cadastro será competência do PROCON. Também será obrigação do PROCON disponibilizar a lista dos usuários cadastrados, conforme determina seu art. 3º.

As demais disposições do texto têm caráter administrativo, especificando os dados a serem fornecidos pelo usuário ao se cadastrar, o limite de trinta números de telefone para cada usuário, o registro de ocorrência de ligação indevida junto ao PROCON e a punição administrativa na forma de multa de até cem mil reais por ligação efetuada.

Apensado ao texto principal encontra-se o Projeto de Lei nº 8.230, de 2017, do nobre Deputado RONALDO CARLETTO, que altera a Lei Geral de Telecomunicações, Lei nº 9.472, de 1997.

O objeto da proposta é assegurar ao usuário de telecomunicações o direito a registro de opção, junto à empresa telefônica, de não recebimento de chamadas de telemarketing.

A proposta apensada também modifica o Código de Defesa do Consumidor, Lei nº 8.078, de 1990, para proibir a oferta ou venda de produtos a quem se cadastrar para não receber chamadas.

A matéria foi examinada pela Comissão de Defesa do Consumidor em 2017, que a aprovou na forma de Substitutivo, no qual se deu preferência à redação da proposta apensada, estendendo o objeto da vedação não apenas às ligações, mas também às mensagens de telemarketing.

Os textos tramitam nesta Casa em regime de apreciação conclusiva pelas Comissões, nos termos do Art. 24, inciso II, do Regimento Interno.

Compete a esta Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática pronunciar-se a respeito da matéria em consonância com o disposto do art. 32, inciso III, do Regimento Interno. Inicialmente, a matéria foi relatada nesta Comissão pelo nobre Deputado Heráclito Fortes, que apresentou parecer que não chegou a ser apreciado pelo Plenário da CCTCI. Assim, pedimos vênias ao relator anterior para utilizar parte de seu parecer.

Posteriormente, os textos seguirão à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

Transcorrido o prazo regimental, não foram oferecidas emendas à matéria nesta Comissão.

É o relatório.

II - VOTO DO RELATOR

As propostas ora em exame tratam da criação de um cadastro de usuários que manifestam sua preferência pelo não recebimento de mensagens, modalidade conhecida como “cadastro negativo”.

Trata-se de preocupação já externada, em inúmeras oportunidades, por usuários dos serviços de telecomunicações e pelas entidades representativas dos consumidores. Os abusos cometidos pelas empresas de telemarketing e pelas próprias fornecedoras de bens e serviços expõem os usuários de telefonia à invasão de sua privacidade, quando não a pressões e constrangimentos.

Já existem, também, leis estaduais que tratam de matéria correlata, a exemplo da Lei nº 7.853, de 2018, do Estado do Rio de Janeiro, que limita o horário de oferta de bens e serviços por telemarketing. É mais uma evidência do grau de insatisfação dos usuários de telefonia com as práticas comerciais das empresas.

Os dois textos ora em exame têm objetivo e disposições similares. A diferença mais significativa entre ambos é a de que a proposição principal remete ao PROCON a obrigação de manter esse cadastro negativo. Tal foi a motivação de ordem prática que levou aquela Comissão a preferir a solução sugerida no texto do Projeto de Lei nº 8.230/2017, apensado à proposição principal, que remete às operadoras de telefonia a obrigação de inscrever os usuários no cadastro negativo, quando solicitado.

Entretanto, a saída encontrada pela CDC de imputar o custo de criação de um cadastro de telemarketing somente ao setor de telecomunicações nos parece desproporcional. O setor de telecomunicações certamente é um dos maiores utilizadores desse tipo de estratégia, mas certamente não é o único. O setor financeiro, de varejo e diversos outros tipos de negócios fazem uso desse tipo de abordagem. Nesse sentido, uma saída seria a criação de um cadastro que fosse operado pelo Estado, em especial pela União, de modo o cidadão de qualquer estado pudesse se cadastrar numa plataforma centralizada.

O Substitutivo da CDC também estende a vedação de contato com o consumidor que se cadastra mediante mensagens de telemarketing. É

igualmente medida oportuna, pois alcança o envio de mensagens de texto não solicitadas, cujo excesso é extremamente incômodo ao usuário de telefonia.

Somos, pois, favoráveis à iniciativa proposta pelo projeto. Entretanto, o relator anterior desta proposição aqui nesta comissão promoveu a introdução de uma alteração que exclui da lei as entidades beneficentes que estejam em conformidade com a Lei nº 12.101, de 2009. Essa sugestão era pertinente quando as determinações propostas estavam em lei autônoma, contudo, seguimos no sentido de apresentar um substitutivo que faz alterações no Código de Defesa do Consumidor. Entendemos que nesse cenário não é mais necessário explicitar essa exceção, uma vez que as entidades beneficentes mencionadas na Lei nº 12.101/2009 não têm em suas atividades cotidianas relações de consumo com seus doadores, motivo pelo qual, smj, já estão automaticamente excluídas do âmbito de aplicação do Código de Defesa do Consumidor.

Nosso VOTO, em suma, é pela APROVAÇÃO dos Projetos de Lei nº 8.195, de 2017, e nº 8.230, de 2017, bem como pela APROVAÇÃO do substitutivo aprovado na Comissão de Defesa do Consumidor, na forma de novo SUBSTITUTIVO que ora apresentamos.

Sala da Comissão, em de de 2019.

Deputado CARLOS CHIODINI

Relator

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI Nº 8.195, DE 2017

(Apensado: PL nº 8.230/2017)

Altera a 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.

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 vedar a oferta telefônica de produto ou serviço a consumidor cujo número esteja inscrito em cadastro telefônico de proibição de oferta.

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:

“Art. 33-A. Considera-se telemarketing ativo a oferta de produtos e serviços realizados pelos fornecedores por meio de canais telefônicos ou por qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações.

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

a) limitar a realização de contatos 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 com sucesso, assim considerada aquela por meio do qual o fornecedor consegue se comunicar com o consumidor via terminal de acesso, no mesmo dia, ressalvados contatos adicionais autorizados pelo consumidor;
- 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 por qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações a consumidor cujo número de telefone esteja inscrito em cadastro nacional telefônico de proibição de oferta.

§ 1º O cadastro nacional 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.

§ 2º O cadastro terá vigência de um ano, podendo ser renovado sucessivamente por igual período conforme solicitação do 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 O cadastro nacional telefônico de proibição de oferta de que trata o inciso XV do caput possibilitará que o consumidor indique quais espécies de serviços e produtos, nos termos estabelecidos pela regulamentação, em relação aos quais poderá receber ofertas, sem prejuízo da possibilidade de o consumidor indicar que não deseja receber ofertas de qualquer espécie de produto ou serviço.” (NR)

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

Sala da Comissão, em de de 2019.

Deputado CARLOS CHIODINI
Relator