



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 8.230, DE 2017 **(Do Sr. Ronaldo Carletto)**

Altera a Lei no 9.472, de 16 de julho de 1997, Lei Geral das Telecomunicações, e a Lei no 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, para dispor acerca de chamadas de telemarketing.

DESPACHO:
APENSE-SE À(AO) PL-8195/2017.

PUBLICAÇÃO INICIAL
Art. 137, caput - RICD

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º Esta Lei altera a Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, Lei Geral das Telecomunicações, e a Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, Código de Defesa do Consumidor, para dispor acerca de chamadas de telemarketing.

Art. 2º A Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, passa a vigorar com a seguinte redação:

“Art. 3º
.....

XIII – à manifestação junto às prestadoras de serviço de telecomunicações de opção pelo não recebimento de chamadas de telemarketing.” (NR)

“Art. 78-A. As prestadores de serviços de telecomunicações deverão manter atualizado sistema único de consulta de códigos de acessos de assinantes que se manifestem pelo não recebimento de chamadas de telemarketing.” (NR)

Art. 3º A Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, passa a vigorar acrescido do seguinte artigo:

“Art. 33- É proibida a oferta ou venda de bens e serviços por telefone, ou por qualquer outro meio que se utilize dos códigos de acesso de serviços de telecomunicações, a consumidores que tenham se manifestado pelo não recebimento de chamadas de telemarketing, conforme o sistema único de que trata o artigo 78-A da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, Lei Geral de Telecomunicações.” (AC)

Art. 4º Esta lei entra em vigor 180 dias após sua publicação.

JUSTIFICAÇÃO

O setor de telemarketing é importante setor da economia gerando empregos e renda para o País. Estima-se que a atividade empregue mais de um milhão de pessoas, sendo significativa fonte de primeiro emprego, principalmente, de jovens e universitários. Apenas considerando *call centers* terceirizados, revista especializada estima que, em 2017, o setor irá faturar R\$ 6,4 bilhões e empregar 800 mil pessoas.¹

Em que pese a reconhecida pujança e importância da atividade para empresas e trabalhadores, entendemos que determinados agentes desconsideram regras mínimas de respeito a intimidade, privacidade e sossego das pessoas. Não é incomum que cidadãos recebam ligações reiteradas e periódicas de uma mesma

¹ “Call center sofrerá retração em 2017” (Revista do Call Center, 24/03/17). Disponível em: <http://revistadocallcenter.com.br/mercado/3802-call-center-sofrer%C3%A1-retra%C3%A7%C3%A3o-em-2017.html>, acessado em 07/08/17.

empresa, independente do horário ou do dia da semana. Também não é incomum que as ligações sejam efetuadas por máquinas, não dando chance à pessoa de identificar o interlocutor ou de manifestar o seu desconforto. Todavia, quiçá o direito básico mais desrespeitado seja o da impossibilidade de manifestação do pensamento e do livre exercício das opções de vida do cidadão. A atividade de telemarketing deveria respeitar esse princípio fundamental.

A chamada “opção pelo não recebimento de chamadas” é um direito básico garantido pelo arcabouço regulamentar de diversos países. Nos Estados Unidos, por exemplo, o “Ministério do Comércio” (*Federal Trade Commission*), mantém o sítio de internet *donotcall.gov*, sendo que operadoras de telemarketing são proibidas de realizar chamadas para números ali cadastrados. No Reino Unido, existe o *Telephone Preference System*, com a mesma finalidade, sendo previsto em legislação² e mantido pelo próprio setor de marketing direto.

No Brasil diversas tentativas de se regulamentar o setor foram realizadas, das quais possivelmente a de maior impacto seja o Decreto nº 6.523/08, que fixa normas gerais para o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC). Entretanto, o instrumento apresenta poucos dispositivos que endereçam especificamente a atividade de telemarketing. O Decreto do SAC, na verdade, é insuficiente para a plena garantia dos direitos pessoais aludidos anteriormente. Não há no referido Decreto nenhum dispositivo referente à manifestação prévia do cidadão pela sua opção, ou não, por receber chamadas de telemarketing.

Este é o objeto do presente Projeto de Lei. Queremos, com esta iniciativa, dar voz a esse direito que consideramos fundamental: a manifestação da opção pelo não recebimento de chamadas de telemarketing. Nossa proposta altera a Lei Geral de Telecomunicações para instituir, como direito do usuário de serviços de telecomunicações, a possibilidade de optar por não receber chamadas de telemarketing, determinando ainda que o sistema necessário para viabilizar tal direito deverá ser mantido pelas empresas de telecomunicações. Para fins de fiscalização e de aplicações de eventuais penalidades, o projeto inclui a vedação de se efetuar essas chamadas no Código de Defesa do Consumidor. Como se vê, o nosso sistema “tropicaliza” os sistemas americanos e inglês, ao incluir um esquema de “opção por não receber” chamadas, sem custos para o consumidor, uma vez que a iniciativa será custeada totalmente pelo setor privado.

É importante ressaltar que esta nossa proposta encontra certa semelhança com outras em tramitação na Câmara dos Deputados, em 2017, em especial com o conjunto capitaneado pelo Projeto de Lei nº 757/03 e seus doze apensos. Entretanto, esse conjunto encontra-se em seu último estágio de tramitação, na Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJC), com seu parecer pronto, desde 2015, sem deliberações. A apresentação deste Projeto de Lei vem, nesse sentido, se somar a esse esforço legiferante do Parlamento brasileiro, de cristalizar em Lei este direito básico à manifestação da opção pelo não recebimento de chamadas de telemarketing pelo cidadão.

² Instrumento legal: The Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations 2003. Ver <http://www.tpsonline.org.uk>, acessado em 07/08/17.

Por último, temos a compreensão de que o setor de telemarketing só tem a ganhar com a proposta, pois o cadastro permitirá concentrar recursos apenas naqueles consumidores mais propensos a adquirir produtos e serviços pelo telefone. A maior eficiência poderá resultar, inclusive, em maior faturamento para o setor como um todo.

Pelos motivos expostos, temos a convicção de que o consumidor brasileiro precisa do amparo legal aqui previsto para o exercício pleno de sua cidadania, incluindo o direito ao sossego, à privacidade e à intimidade. Outrossim, não temos dúvidas de que o projeto será benéfico para a sociedade brasileira como um todo.

Dessa maneira e pelas argumentações aqui apresentadas, conclamamos os nobres Pares para a aprovação da matéria.

Sala das Sessões, em 09 de agosto de 2017.

Deputado RONALDO CARLETTO

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 I DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Art. 1º Compete à União, por intermédio do órgão regulador e nos termos das políticas estabelecidas pelos Poderes Executivo e Legislativo, organizar a exploração dos serviços de telecomunicações.

Parágrafo único. A organização inclui, entre outros aspectos, o disciplinamento e a fiscalização da execução, comercialização e uso dos serviços e da implantação e funcionamento

de redes de telecomunicações, bem como da utilização dos recursos de órbita e espectro de radiofrequências.

Art. 2º O Poder Público tem o dever de:

I - garantir, a toda a população, o acesso às telecomunicações, a tarifas e preços razoáveis, em condições adequadas;

II - estimular a expansão do uso de redes e serviços de telecomunicações pelos serviços de interesse público em benefício da população brasileira;

III - adotar medidas que promovam a competição e a diversidade dos serviços, incrementem sua oferta e propiciem padrões de qualidade compatíveis com a exigência dos usuários;

IV - fortalecer o papel regulador do Estado;

V - criar oportunidades de investimento e estimular o desenvolvimento tecnológico e industrial, em ambiente competitivo;

VI - criar condições para que o desenvolvimento do setor seja harmônico com as metas de desenvolvimento social do País.

Art. 3º O usuário de serviços de telecomunicações tem direito:

I - de acesso aos serviços de telecomunicações, com padrões de qualidade e regularidade adequados à sua natureza, em qualquer ponto do território nacional;

II - à liberdade de escolha de sua prestadora de serviço;

III - de não ser discriminado quanto às condições de acesso e fruição do serviço;

IV - à informação adequada sobre as condições de prestação dos serviços, suas tarifas e preços;

V - à inviolabilidade e ao segredo de sua comunicação, salvo nas hipóteses e condições constitucionais e legalmente previstas;

VI - à não divulgação, caso o requeira, de seu código de acesso;

VII - à não suspensão de serviço prestado em regime público, salvo por débito diretamente decorrente de sua utilização ou por descumprimento de condições contratuais;

VIII - ao prévio conhecimento das condições de suspensão do serviço;

IX - ao respeito de sua privacidade nos documentos de cobrança e na utilização de seus dados pessoais pela prestadora do serviço;

X - de resposta às suas reclamações pela prestadora do serviço;

XI - de peticionar contra a prestadora do serviço perante o órgão regulador e os organismos de defesa do consumidor;

XII - à reparação dos danos causados pela violação de seus direitos.

Art. 4º O usuário de serviços de telecomunicações tem o dever de:

I - utilizar adequadamente os serviços, equipamentos e redes de telecomunicações;

II - respeitar os bens públicos e aqueles voltados à utilização do público em geral;

III - comunicar às autoridades irregularidades ocorridas e atos ilícitos cometidos por prestadora de serviço de telecomunicações.

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.

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 OS 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.

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.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
