

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

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.

Autor: SENADO FEDERAL – LASIER MARTINS

Relator: Deputado PROFESSOR PACCO

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 de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

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.

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 de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator

COMISSÃO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA

PROJETO DE LEI Nº 9.615, DE 2018

Apensados: PL nº 9.942, de 2018, e PL nº 10.064, de 2018

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.

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 de de 2018.

Deputado PROFESSOR PACCO
Relator