



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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 À(AO) PL-9615/2018.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

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.
.....
.....

FIM DO DOCUMENTO