



CÂMARA DOS DEPUTADOS

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 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 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.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
