



CÂMARA DOS DEPUTADOS

PROJETO DE LEI N.º 1.226, DE 2021

(Do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

DESPACHO:

APENSE-SE À(AO) PL-9615/2018.

APRECIÇÃO:

Proposição Sujeita à Apreciação do Plenário

PUBLICAÇÃO INICIAL

Art. 137, caput - RICD

PROJETO DE LEI Nº DE 2021

(do Sr. Fábio Henrique)

Estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por chamadas publicitárias, alterando o Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990).

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º Esta Lei estabelece medidas para coibir a importunação de consumidores por mensagens publicitárias que lhes são apresentadas por meio telefônico, mensagens eletrônicas ou por envio ao seu endereço residencial ou comercial.

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:

I – Acrescentam-se à Lei os Arts. 33-A e 33-B, na forma que segue:

“Art. 33-A. É vedada a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

§ 1º O disposto no caput não se aplica ao fornecedor que comprovar o ter recebido, do consumidor, consentimento prévio e explícito, em que o consumidor manifeste interesse em receber a publicidade daquele fornecedor.

§ 2º O consentimento de que trata o § 1º deverá ser específico para o fornecedor que apresenta a publicidade ao consumidor.

§ 3º Havendo o consentimento de que trata o § 1º, o fornecedor poderá enviar mensagem eletrônica ao consumidor, informando o

número de telefone que o consumidor deverá discar para ter acesso à mensagem publicitária.

§ 4º É vedado ao fornecedor apresentar a mensagem publicitária por discagem direta ao número telefônico do consumidor, mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento de que trata o § 1º.

§ 5º É vedado o compartilhamento de dados do consumidor entre fornecedores.

§ 6º A reincidência do fornecedor na apresentação de publicidade não-solicitada pelo consumidor, nos termos do caput, configura a prática de importunação do consumidor, punível nos termos desta Lei.”

“Art. 33-B. As instituições legitimadas nos termos do Art. 82 e do § 3º do Art. 55 poderão criar listas de impugnação de chamadas publicitárias, com vistas a cadastrar os consumidores que não desejam ser importunados por mensagens publicitárias.

§ 1º O consumidor será livre para decidir se cadastrar nas listas de impugnação de chamadas publicitárias;

§ 2º Sujeitam-se às sanções administrativas e penalidades criminais previstas nesta lei os fornecedores que efetuarem chamadas publicitárias para consumidores cadastrados nas listas de impugnação de que trata o caput.

§ 3º O acesso às listas de impugnação deverá ser requisitado pelo fornecedor à instituição mantenedora da lista.

§ 4º Mediante a solicitação de que trata o § 3º, serão apresentados ao fornecedor apenas os números de telefones que solicitaram impugnação de chamadas publicitárias, sem os dados dos proprietários de cada número.

§ 5º É vedado o compartilhamento das informações contidas nas listas de impugnação, nos termos da Lei nº 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados, LGPD).”

II – O Art. 39 passa a vigorar acrescido do inciso XV:

“Art. 39.:

.....

XV – Utilizar informações de contato do consumidor, sem seu consentimento prévio, expresso e específico, para fins publicitários ou para oferta de produto ou serviço, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor.

.....”

III – O Art. 67 passa a vigorar acrescido dos §§ 1º e 2º e incisos, na forma que se segue:

“Art. 67.

.....

§ 1º Incorrerá na mesma pena quem apresentar publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial, sem consentimento do consumidor.

§ 2º São agravantes da infração prevista no caput:

I – A reincidência na importunação de consumidores, verificada por meio de reclamações e denúncias registradas na forma do Art. 44 ou perante as instituições legitimadas na forma do Art. 82 desta Lei;

II – A importunação de consumidor cadastrado em lista de impugnação de chamadas publicitárias, na forma do Art. 33-B desta Lei.”

II – O parágrafo único do Art. 81 passa a vigorar acrescido do inciso IV, na forma que segue:

Art. 81.

Parágrafo único.:



.....

IV - Importunação de consumidores por ação publicitária ou oferta de produtos ou serviços, por meio telefônico, eletrônico ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ou violação do disposto no inciso XV do Art. 39 desta Lei.

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



JUSTIFICATIVA

As chamadas comerciais dirigidas ao consumidor, designadas pelo jargão de “telemarketing ativo”, vêm sendo reiteradamente apontadas como incômodas e invasivas, sendo motivo de queixas frequentes junto a órgãos de defesa do consumidor, agências reguladoras e ao poder judiciário.

Leis Estaduais de São Paulo, Paraná, Espírito Santo, Minas Gerais, Paraíba, Maranhão, Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Ceará, Alagoas, introduziram medidas de fiscalização e controle com vistas a reduzir o desconforto do consumidor com as chamadas indesejadas. Implementaram cadastros regionais em que o consumidor registra seu número de telefone, expressando seu desejo de não receber chamadas de telemarketing ativo. Nesses Estados, o número de ligações indesejadas reduziu, conseqüentemente o número de reclamações também.

Em 2019, a ANATEL, como resultado de rodadas de diálogo com as empresas operadoras de telefonia, expediu o Despacho Decisório nº 3/2019/RCTS/SRC, determinando a criação da *Lista Nacional de Não Perturbe*. Trata-se de medida semelhante à adotada pelos Estados, mas agora em nível nacional. Essa Lista Nacional entrou em funcionamento em 16/07/2019, no endereço eletrônico <https://www.naomeperturbe.com.br/>, sítio mantido por um consórcio das empresas operadoras de telefonia.

Em 01/12/2020, o Conselho Diretor, por meio do Acórdão nº 636 da ANATEL, aprovou proposta de consulta pública para revisão do Regulamento Geral do Consumidor, aprovado pela Resolução 632/14, postulando que:

Art. 35 As Prestadoras devem observar os seguintes princípios ao realizar chamadas publicitárias ou para oferta de serviços e produtos, no caso de consentimento prévio, livre e expresso do Consumidor:

I - adequação dos horários para chamadas aos consumidores, respeitado o horário comercial;

II - observância de quantidade razoável de ligações para os Consumidores e não realização de chamadas de forma insistente;

III - respeito ao desejo dos Consumidores de não receber chamadas;

IV - tratamento adequado de reclamações sobre chamadas indesejadas; e

V - garantia de proteção aos dados pessoais.



Porém, em 12/03/2021, a Presidência da ANATEL expediu o Memorando nº 22/2021/EC, dirigido à Superintendência Executiva (SUE) da Agência Reguladora, em que traça um histórico das medidas adotadas e avalia que:

Mesmo diante das iniciativas já construídas no sentido de evitar-se a propagação das chamadas indesejadas para os consumidores, dentre elas destacando-se a criação do site www.naomeperturbe.com.br, entendo que as medidas até aqui adotadas, muito embora tenham apresentado efeitos, ainda não atingiram plenamente os fins desejados, sendo premente que a Anatel aprofunde essa discussão a fim de se evitar a perpetuidade de um problema que vem se arrastando ao longo de dois anos, com um incremento geral no volume de ligações ao longo de 2020.

*Considero que a **permanência de um cenário desfavorável aos usuários dos serviços de telecomunicações, somada à limitação das ações de autorregulação até então adotadas**, impõem a pronta reflexão e nova atuação deste Órgão Regulador no sentido de alterá-lo positivamente.* (Grifamos)

Logo, a avaliação da ANATEL, ocorrida a menos de um mês, é a de que as medidas adotadas ainda não foram suficientes para conter as chamadas comerciais indesejadas, deixando os consumidores em situação francamente desfavorável.

Levantamento realizado pelo jornal Valor Econômico¹, em 12/03/2021, mostra que o Brasil lidera o ranking mundial da importunação telefônica do consumidor. Segundo o jornal, em média, cada brasileiro recebeu 49,9 chamadas de SPAM (propaganda indesejada) por mês em 2020, mostrando uma tendência de alta em relação a anos anteriores. O site Reclame Aqui, especializado em reclamações de consumidores e citado na matéria do Valor Econômico, registrou alta das queixas por “ligações insistentes” de 4.756 em 2019 para 5.767 em 2020.

Por essa razão, o presente Projeto de Lei visa introduzir inovações na Lei de Defesa do Consumidor, com vistas a coibir as chamadas indesejadas.

Trata-se, primeiramente, de proibir a apresentação de publicidade por meio telefônico, mensagem eletrônica ou diretamente ao endereço residencial ou comercial do consumidor, ressalvando-se apenas os casos em que o consumidor autorizar expressamente o contato por aquele fornecedor. Conforme se propõe neste Projeto de Lei, o consentimento do consumidor deve ser específico para cada fornecedor, sendo vedado ao fornecedor estender esse consentimento a terceiros – no dia-a-dia, os fornecedores informam aos consumidores que o consentimento é “estendido a parceiros da empresa”; está é a prática que se visa proibir.

1 Disponível em: <https://valor.globo.com/eu-e/noticia/2021/03/12/brasileiros-sao-as-maiores-vitimas-de-ligacoes-indesejadas-no-mundo.ghtml> , acesso em 05/04/2021.

Mesmo que o consumidor tenha apresentado o consentimento ao fornecedor, não poderá o fornecedor contatar o consumidor diretamente por meio de chamada telefônica. O fornecedor deverá enviar uma mensagem (SMS, whatsapp ou outro meio eletrônico) com a informação que orienta o consumidor a retornar a ligação. O objetivo disto é preservar o direito do consumidor à sua privacidade e intimidade, dando-lhe a opção de somente telefonar caso tenha real interesse na mensagem publicitária.

Além de definir a conduta de importunação do consumidor, o Projeto de Lei estabelece penalidades administrativas e criminais para os fornecedores que insistirem em importunar os consumidores. Para isso, o PL primeiramente reconhece as listas de impugnação de chamadas publicitárias (conhecidas popularmente como serviços de cadastro como “não me ligue”, ou “não me perturbe”). Em seguida, estabelece como agravante de pena para o fornecedor delitoso o desrespeito a essas listas e a reincidência da importunação dos consumidores. As reclamações registradas junto às instituições de defesa do consumidor poderão ser utilizadas para comprovar a ocorrência e a reincidência do fornecedor na importunação dos consumidores.

Por fim, considerando que a importunação por chamadas publicitárias costumeiramente atinge grande número de consumidores, acrescenta-se ao Código de Defesa do Consumidor um dispositivo que autoriza a apresentação de defesa coletiva de interesses e direitos dos consumidores quando se tratar de chamadas insistentes e outros tipos de importunação.

A inovação na legislação de defesa do consumidor é fundamental para se garantir a efetiva redução do número de chamadas publicitárias e retirar o Brasil do vergonhoso topo do ranking mundial de importunação do consumidor. Diante do exposto, conto com o apoio dos nobres pares para a aprovação do presente Projeto de Lei.

Sala das Sessões, 6 de Abril de 2021.

FÁBIO HENRIQUE
Deputado Federal
PDT/SE



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 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.

Seção IV
Das Práticas Abusivas

Art. 39. É vedado ao fornecedor de produtos ou serviços, dentre outras práticas abusivas: [*\(“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)*](#)

I - condicionar o fornecimento de produto ou de serviço ao fornecimento de outro produto ou serviço, bem como, sem justa causa, a limites quantitativos;

II - recusar atendimento às demandas dos consumidores, na exata medida de suas disponibilidades de estoque, e, ainda, de conformidade com os usos e costumes;

III - enviar ou entregar ao consumidor, sem solicitação prévia, qualquer produto, ou fornecer qualquer serviço;

IV - prevalecer-se da fraqueza ou ignorância do consumidor, tendo em vista sua idade, saúde, conhecimento ou condição social, para impingir-lhe seus produtos ou serviços;

V - exigir do consumidor vantagem manifestamente excessiva;

VI - executar serviços sem a prévia elaboração de orçamento e autorização expressa do consumidor, ressalvadas as decorrentes de práticas anteriores entre as partes;

VII - repassar informação depreciativa, referente a ato praticado pelo consumidor no exercício de seus direitos;

VIII - colocar, no mercado de consumo, qualquer produto ou serviço em desacordo com as normas expedidas pelos órgãos oficiais competentes ou, se normas específicas não

existirem, pela Associação Brasileira de Normas Técnicas ou outra entidade credenciada pelo Conselho Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Conmetro);

IX - recusar a venda de bens ou a prestação de serviços, diretamente a quem se disponha a adquiri-los mediante pronto pagamento, ressalvados os casos de intermediação regulados em leis especiais; [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

X - elevar sem justa causa o preço de produtos ou serviços. [\(Inciso com redação dada pela Lei nº 8.884, de 11/6/1994\)](#)

XI - *Dispositivo acrescido pela [Medida Provisória nº 1.890-67, de 22/10/1999](#), transformado em inciso XIII, em sua conversão na [Lei nº 9.870, de 23/11/1999](#)*

XII - deixar de estipular prazo para o cumprimento de sua obrigação ou deixar a fixação de seu termo inicial a seu exclusivo critério. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995\)](#)

XIII - aplicar fórmula ou índice de reajuste diverso do legal ou contratualmente estabelecido. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 9.870, de 23/11/1999\)](#)

XIV - permitir o ingresso em estabelecimentos comerciais ou de serviços de um número maior de consumidores que o fixado pela autoridade administrativa como máximo. [\(Inciso acrescido pela Lei nº 13.425, de 30/3/2017, publicada no DOU de 31/3/2017, em vigor 180 dias após a publicação\)](#)

Parágrafo único. Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento.

Art. 40. O fornecedor de serviço será obrigado a entregar ao consumidor orçamento prévio discriminando o valor da mão-de-obra, dos materiais e equipamentos a serem empregados, as condições de pagamento, bem como as datas de início e término dos serviços.

§ 1º Salvo estipulação em contrário, o valor orçado terá validade pelo prazo de dez dias, contado de seu recebimento pelo consumidor.

§ 2º Uma vez aprovado pelo consumidor, o orçamento obriga os contraentes e somente pode ser alterado mediante livre negociação das partes.

§ 3º O consumidor não responde por quaisquer ônus ou acréscimos decorrentes da contratação de serviços de terceiros não previstos no orçamento prévio.

Seção VI

Dos Bancos de Dados e Cadastros de Consumidores

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-lo pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couber, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste código.

Art. 45. (VETADO).

CAPÍTULO VII

DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

Art. 55. A União, os Estados e o Distrito Federal, em caráter concorrente e nas suas respectivas áreas de atuação administrativa, baixarão normas relativas à produção, industrialização, distribuição e consumo de produtos e serviços.

§ 1º A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios fiscalizarão e controlarão a produção, industrialização, distribuição, a publicidade de produtos e serviços e o mercado de consumo, no interesse da preservação da vida, da saúde, da segurança, da informação e do bem-estar do consumidor, baixando as normas que se fizerem necessárias.

§ 2º (VETADO).

§ 3º Os órgãos federais, estaduais, do Distrito Federal e municipais com atribuições para fiscalizar e controlar o mercado de consumo manterão comissões permanentes para elaboração, revisão e atualização das normas referidas no § 1º, sendo obrigatória a participação dos consumidores e fornecedores.

§ 4º Os órgãos oficiais poderão expedir notificações aos fornecedores para que, sob pena de desobediência, prestem informações sobre questões de interesse do consumidor, resguardado o segredo industrial.

Art. 56. As infrações das normas de defesa do consumidor ficam sujeitas, conforme o caso, às seguintes sanções administrativas, sem prejuízo das de natureza civil, penal e das definidas em normas específicas:

- I - multa;
- II - apreensão do produto;
- III - inutilização do produto;
- IV - cassação do registro do produto junto ao órgão competente;
- V - proibição de fabricação do produto;
- VI - suspensão de fornecimento de produtos ou serviço;
- VII - suspensão temporária de atividade;
- VIII - revogação de concessão ou permissão de uso;
- IX - cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- X - interdição, total ou parcial, de estabelecimento, de obra ou de atividade;
- XI - intervenção administrativa;
- XII - imposição de contrapropaganda.

Parágrafo único. As sanções previstas neste artigo serão aplicadas pela autoridade administrativa, no âmbito de sua atribuição, podendo ser aplicadas cumulativamente, inclusive por medida cautelar, antecedente ou incidente de procedimento administrativo.

TÍTULO II DAS INFRAÇÕES PENAIS

Art. 67. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser enganosa ou abusiva:

Pena - Detenção de três meses a um ano e multa.

Parágrafo único. (VETADO).

Art. 68. Fazer ou promover publicidade que sabe ou deveria saber ser capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa a sua saúde ou segurança:

Pena - Detenção de seis meses a dois anos e multa:

Parágrafo único. (VETADO).

TÍTULO III DA DEFESA DO CONSUMIDOR EM JUÍZO

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo.

Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de:

I - interesses ou direitos difusos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato;

II - interesses ou direitos coletivos, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base;

III - interesses ou direitos individuais homogêneos, assim entendidos os decorrentes de origem comum.

Art. 82. Para os fins do art. 81, parágrafo único, são legitimados concorrentemente: (“Caput” do artigo com redação dada pela Lei nº 9.008, de 21/3/1995)

I - o Ministério Público,

II - a União, os Estados, os Municípios e o Distrito Federal;

III - as entidades e órgãos da Administração Pública, direta ou indireta, ainda que sem personalidade jurídica, especificamente destinados à defesa dos interesses e direitos protegidos por este código;

IV - as associações legalmente constituídas há pelo menos um ano e que incluam entre seus fins institucionais a defesa dos interesses e direitos protegidos por este código, dispensada a autorização assemblear.

§ 1º O requisito da pré-constituição pode ser dispensado pelo juiz, nas ações previstas nos arts. 91 e seguintes, quando haja manifesto interesse social evidenciado pela dimensão ou característica do dano, ou pela relevância do bem jurídico a ser protegido.

§ 2º (VETADO).

§ 3º (VETADO).

Art. 83. Para a defesa dos direitos e interesses protegidos por este código são admissíveis todas as espécies de ações capazes de propiciar sua adequada e efetiva tutela.

Parágrafo único. (VETADO).

LEI Nº 13.709, DE 14 DE AGOSTO DE 2018

Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) (Ementa com redação dada pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)

O PRESIDENTE DA REPÚBLICA

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

CAPÍTULO I DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º Esta Lei dispõe sobre o tratamento de dados pessoais, inclusive nos meios digitais, por pessoa natural ou por pessoa jurídica de direito público ou privado, com o objetivo de proteger os direitos fundamentais de liberdade e de privacidade e o livre desenvolvimento da personalidade da pessoa natural.

Parágrafo único. As normas gerais contidas nesta Lei são de interesse nacional e devem ser observadas pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios. (Parágrafo único acrescido pela Lei nº 13.853, de 8/7/2019)

Art. 2º A disciplina da proteção de dados pessoais tem como fundamentos:

- I - o respeito à privacidade;
- II - a autodeterminação informativa;
- III - a liberdade de expressão, de informação, de comunicação e de opinião;
- IV - a inviolabilidade da intimidade, da honra e da imagem;
- V - o desenvolvimento econômico e tecnológico e a inovação;
- VI - a livre iniciativa, a livre concorrência e a defesa do consumidor; e
- VII - os direitos humanos, o livre desenvolvimento da personalidade, a dignidade e o exercício da cidadania pelas pessoas naturais.

.....

.....

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

ACÓRDÃO Nº 636, DE 01 DE DEZEMBRO DE 2020

Processo nº 53500.061949/2017-68

Recorrente/Interessado: AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES

Conselheiro Relator: Emmanoel Campelo de Souza Pereira

Fórum Deliberativo: Reunião nº 893, de 26 de novembro de 2020

EMENTA

CONSULTA PÚBLICA. PROPOSTA DE REVISÃO DO REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇO DE TELECOMUNICAÇÕES. CONSULTA INTERNA. SUBMISSÃO DE PROPOSTA DE ATO NORMATIVO À CONSULTA PÚBLICA. AUDIÊNCIA PÚBLICA. EVENTOS DE DIÁLOGO COM A SOCIEDADE. DETERMINAÇÕES ADICIONAIS.

1. Proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014.
2. Realização de Consulta Interna. Atendimento ao art. 60 do Regimento Interno da Anatel.
3. Submissão da minuta de ato normativo à Consulta Pública pelo prazo de 90 (noventa) dias.
4. A autorregulação é uma iniciativa que reforça a busca da Agência por uma regulação mais responsiva aliada a instrumentos modernos de sancionamento.
5. A reavaliação da permanência dos problemas levantados na Análise de Impacto Regulatório (AIR) após implementação dos normativos do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART) pode subsidiar proposta da Superintendência de Relações com Consumidores (SRC) quanto à necessidade de adoção de medidas, tais como ajustar a regulamentação em análise, antes que sua proposta final de revisão seja submetida novamente ao Conselho Diretor.
6. Audiência Pública para discussão ampla dos temas envolvidos e realização de evento de diálogo com a sociedade com registro nos autos.
7. Caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, que se realize, em substituição à Audiência Pública e ao evento de diálogo previsto, evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet.
8. Determinações adicionais.

ACÓRDÃO

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos, acordam os membros do Conselho Diretor da Anatel, por unanimidade, nos termos da Análise nº 274/2020/EC (SEI nº 6216787), integrante deste acórdão:

- a) submeter à Consulta Pública, pelo prazo de 90 (noventa) dias, incluída a realização de 1 (uma) Audiência Pública, em Brasília-DF, a proposta de Revisão do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações (RGC), aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, nos termos da Minuta de Resolução EC (SEI nº 5290678);
- b) determinar cautelarmente a suspensão imediata da eficácia do art. 40 do Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC, aprovado pela Resolução nº 632, de 7 de março de 2014, até que se ultime a revisão do citado Regulamento;
- c) receber a Petição SEI nº 6244764 apresentada pela OI S.A e acolher o pedido nela constante no sentido de suspender o art. 40 do RGC vigente;
- d) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR) que, em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, realize evento de diálogo com a sociedade em São Paulo/SP, e registre seus resultados nos autos;
- e) determinar à Superintendência de Planejamento e Regulamentação (SPR), em conjunto com as demais Superintendências envolvidas, que, caso estejam vigentes as medidas restritivas adotadas em razão da propagação da COVID-19, realize, em substituição aos eventos previstos nas alíneas "a" e "d", evento por meio de videoconferência, a ser transmitido em tempo real pela Internet, durante o qual serão apresentadas as propostas objeto da Consulta Pública, e respondidos eventuais questionamentos encaminhados, por meio de correio eletrônico, pela sociedade; e,
- f) determinar à Superintendência de Relações com Consumidores (SRC):
 - f.1) a adoção de medidas imediatas no sentido de garantir aos consumidores, inclusive pelos meios digitais, o direito de migração de ofertas, incluindo aquelas que representem redução no valor pago pelo serviço ou nas condições por ele anteriormente contratadas, conforme previsto no art. 46 do RGC, aprovado pela Resolução nº 632/14; e,
 - f.2) que acompanhe a implementação do Sistema de Autorregulação das Telecomunicações (SART), reportando ao Conselho Diretor periodicamente os avanços alcançados, e, caso avalie necessário, proponha ajustes na presente proposta de RGC antes que o mesmo seja submetido para sua aprovação final.

Participaram da deliberação o Presidente Leonardo Euler de Moraes, os Conselheiros Carlos Manuel Baigorri, Emmanoel Campelo de Souza Pereira e Moisés Queiroz Moreira e o Conselheiro Substituto Abraão Balbino e Silva.

RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

Aprova o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações – RGC.

O CONSELHO DIRETOR DA AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES, no uso das atribuições que lhe foram conferidas pelo art. 22 da Lei nº 9.472, de 16 de julho de 1997, e pelo art. 35 do Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações, aprovado pelo Decreto nº 2.338, de 7 de outubro de 1997,

CONSIDERANDO a análise das contribuições recebidas em decorrência da Consulta Pública nº 14, de 15 de março de 2013;

CONSIDERANDO o que consta dos autos do Processo nº 53500.011324/2010;

CONSIDERANDO deliberação tomada em sua Reunião nº 732, realizada em 20 de fevereiro de 2014,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar o Regulamento Geral de Direitos do Consumidor de Serviços de Telecomunicações, na forma do Anexo I a esta Resolução.

Art. 2º O Regulamento mencionado no art. 1º entra em vigor no prazo de 120 (cento e vinte) dias, a contar da data da publicação desta Resolução.

§ 1º As obrigações constantes do Regulamento serão plenamente exigíveis com a sua entrada em vigor, ressalvadas:

I - No prazo de 8 (oito) meses, as dispostas no:

a) Título III: art. 10; e,

b) Título IV: art. 48.

II - No prazo de 12 (doze) meses, as dispostas no:

a) Título III: arts. 21, 22 e 26;

b) Título IV: art. 44; e,

c) Título V: arts. 62 e 74, caput, incisos I, II, III, IV, V, VII e IX. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

III - No prazo de 18 (dezoito) meses, as dispostas no:

a) Título III: arts. 12, 34, 38, 39 e 40; e,

b) Título V: art. 80.

IV - No prazo de 24 (vinte e quatro) meses, as dispostas no:

a) Título V: art. 74, inciso VIII e parágrafo único. (Retificação publicada no DOU de 7/7/2014)

§ 2º As disposições do Título VI do Regulamento entram em vigor imediatamente, na data da publicação desta Resolução.

Art. 3º Aprovar, na forma do Anexo II a esta Resolução, alteração nos Regulamentos nele previstos.

§ 1º O Anexo II entra em vigor no prazo de 24 (vinte e quatro) meses, a contar da publicação desta Resolução.

§ 2º Em caso de conflito entre as disposições vigentes do Regulamento mencionado no art. 1º e os demais dispositivos regulamentares elencados ou não no Anexo II, terão precedência os do Regulamento aprovado por esta Resolução.

Art. 4º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

JOÃO BATISTA DE REZENDE

Presidente do Conselho

ANEXO I À RESOLUÇÃO Nº 632, DE 7 DE MARÇO DE 2014

REGULAMENTO GERAL DE DIREITOS DO CONSUMIDOR DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

TÍTULO III DO ATENDIMENTO

CAPÍTULO III DAS FORMAS DE ATENDIMENTO

Seção II Do Atendimento no Estabelecimento

Subseção I Do Setor de Atendimento Presencial

.....
Art. 35. A Prestadora deve adotar medidas para que o Setor de Atendimento Presencial seja claramente identificável pelo Consumidor e observar as regras de acessibilidade dispostas em legislação específica.

§ 1º Os atendentes do Setor de Atendimento Presencial devem ter acesso aos sistemas da Prestadora, sendo vedado encaminhar o Consumidor para qualquer modalidade de Atendimento Remoto.

§ 2º Em caso de indisponibilidade de sistema, o Setor de Atendimento Presencial da Prestadora deve adotar alternativas para protocolizar e dar encaminhamento às demandas do Consumidor.

Art. 36. O Setor de Atendimento Presencial deve ser dimensionado de forma a atender o Consumidor em até 30 (trinta) minutos.

Parágrafo único. A Prestadora deve disponibilizar sistema de controle eletrônico por senha para acompanhamento do tempo de espera de cada Consumidor.

.....
.....

FIM DO DOCUMENTO
